

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ANDRÉ CARVALHO BAIDA

**AS ESTRATÉGIAS DE RETÓRICA NAS ELEIÇÕES PARA GOVERNADOR DO
PARANÁ E RIO GRANDE DO SUL EM 2006: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS
CAMPANHAS DO MESMO PARTIDO EM DIFERENTES PANORAMAS ELEITORAIS**

CURITIBA

2010

ANDRÉ CARVALHO BAIDA

**AS ESTRATÉGIAS DE RETÓRICA NAS ELEIÇÕES PARA GOVERNADOR DO
PARANÁ E RIO GRANDE DO SUL EM 2006: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS
CAMPANHAS DO MESMO PARTIDO EM DIFERENTES PANORAMAS ELEITORAIS**

**Dissertação apresentada ao Curso de Pós-
Graduação em Sociologia, Setor de Ciências
Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do
Paraná, como requisito parcial à obtenção do
título de mestre em Sociologia.**

Orientadora: Prof^a. Dra. Luciana Fernandes Veiga

**CURITIBA
2010**



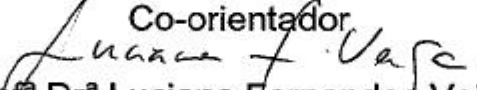
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
Rua General Carneiro, 460 - 9º andar-sala 906 Fone e Fax: 3360-5173

PARECER

A banca examinadora, instituída pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal do Paraná, após arguir o(a) mestrando(a) **André Carvalho Baida**, em relação ao seu trabalho de dissertação, intitulada "AS ESTRATÉGIAS DE RETÓRICA NAS ELEIÇÕES PARA GOVERNADOR DO PARANÁ E RIO GRANDE DO SUL EM 2006: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS CAMPANHAS DO MESMO PARTIDO EM DIFERENTES PANORAMAS ELEITORAIS" favorável à ".....^{APROVAÇÃO}....." do(a) acadêmico(a), habilitando-o(a) ao título de *Mestre* em Sociologia, linha de pesquisa "Sociedade e Política nas Democracias Contemporâneas" da área de concentração em CULTURA E PODER. Curitiba, 17 de dezembro de 2010.


Prof. Dr. Emerson Cervi


Prof. Dr. Nelson Rosário de Souza
Co-orientador


Prof.ª Dr.ª Luciana Fernandes Veiga
Orientadora e presidente da banca examinadora

A minha esposa Lesily, a minha filha Clara.
Ao meu irmão. A minha mãe Vitória e meu pai Jorge (*in memoriam*).
Por todo amor que houver nessa vida.

AGRADECIMENTOS

A professora Luciana Veiga pela orientação e condução.

Aos funcionários, professores e professoras do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPR.

Ao grupo de pesquisa em Comunicação Política da UFPR.

Aos companheiros de turma.

A minha família e amigos.

Um último ponto de definição: A ausência de questões públicas pode perfeitamente ocorrer, mas isso não se deve a falta de problemas ou de contradições, antagonismos e outros aspectos correlatos. As modificações impessoais e estruturais não eliminaram problemas ou questões.

Sua ausência em muitas discussões é que constitui uma condição ideológica, determinada em primeiro lugar pelo fato de perceberem ou não os intelectuais os problemas como *questões* potenciais para prováveis públicos, e como *problemas* para vários indivíduos, e como tal expô-los.

Um meio indispensável para esse trabalho relacionado com as tarefas centrais é a análise ideológica.

C. Wright Mills

RESUMO

No Brasil a televisão é a principal via de acesso do eleitor comum à informação, tanto quanto o principal veículo dos partidos e candidatos para a transmissão de suas mensagens, projetos e temas para a agenda de campanha. Essa interação mediada pela TV deve ser levada em consideração nos estudos políticos. Acerca do discurso político é importante ainda examiná-lo tendo em vista sua adaptação ao estilo *midiático*, ou seja, é relevante a constatação de que há influências da estrutura comunicativa dos meios de comunicação de massa na prática política, em específico nos momentos eleitorais. Três fatores se colocam em evidência quando se volta a atenção aos cenários estaduais para a campanha de 2006 no Paraná e no Rio Grande do Sul. Primeiro, as duas eleições majoritárias eram protagonizadas pelo mesmo partido em situação de reeleição. Em segundo, porém não menos importante; os dois pleitos foram acentuadamente concorridos, o que levou o PMDB à vitória no Paraná em segundo turno e à derrota no primeiro turno no Rio Grande do Sul. Destaca-se ainda o fato de que o referido partido estruturou uma retórica tipicamente de esquerda no Paraná. Tais observações nos remeteram a dúvida de como se configuraram as estratégias de comunicação nessas duas eleições – do PMDB e seus adversários. A destacar; a conjuntura de reeleição que colocava em evidência o jogo entre situação e oposição e a natureza do meio de comunicação que impõe uma estrutura de argumentação e retórica própria. O trabalho tem por objeto de estudo o desenvolvimento das estratégias de comunicação das candidaturas nas campanhas eleitorais para os governos do Paraná e Rio Grande do Sul em 2006. Analisamos comparativamente as estratégias discursivas de campanha - veiculadas pela televisão no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) - em dois estados onde o PMDB protagonizou eleições para os cargos majoritários: Paraná e Rio Grande do Sul.

Palavras-chave: Reeleição. Retórica. Oposição. Situação. Partido

ABSTRACT

In Brazil, the television is the main pathway for the common voter information, as well as the main vehicle of parties and candidates for the transmission of your messages, designs and themes for the campaign agenda. This interaction mediated by the TV should be taken into account in political studies. About the political discourse is still important to examine it in order to adapt to the style media, or is relevant to finding that there are structural influences communicative media of mass communication in political practice, in particular during election periods. Three factors stand in evidence when he turns attention to state scenarios for the 2006 campaign in Parana and Rio Grande do Sul First, the two statewide elections were the main characters by the same party in a position to re-election. Second, but not least, the two lawsuits were markedly crowded, which led to the PMDB in Parana victory and defeat in the first round in Rio Grande do Sul Note also the fact that this party has structured a rhetoric typically left in Parana. Such observations remind us of doubt as if shaped communications strategies in these two elections - the PMDB and their opponents. The highlight: the context of re-election that put in evidence the game between government and opposition and the nature of the communication medium that imposes a structure of argument and rhetoric itself. The work's purpose is to study the development of communication strategies in the electoral campaigns of candidates for the governments of Parana and Rio Grande do Sul in 2006. We analyze the discursive strategies of the campaign - broadcast on television in the free television time for Election (HGPE) - in the states where the PMDB starred majoritarian elections for the positions: Parana and Rio Grande do Sul.

Key Words: Re-elections. Rhetoric. Opposition. Government. Parties

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – USO DO CARGO, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	56
TABELA 2 – ASSOCIAÇÃO À ADMINISTRAÇÃO EM DISPUTA, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	57
TABELA 3 – ASSOCIAÇÃO À ADMINISTRAÇÃO DE OUTRA ESFERA, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	58
TABELA 4 – ENDOSSO DE LIDERANÇAS POLÍTICAS, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	60
TABELA 5 – MENÇÃO AO PARTIDO, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	61
TABELA 6 – APELO A MUDANÇAS, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	62
TABELA 7 – OFENSIVA QUANTO A TEMAS, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	63
TABELA 8 – ATAQUE A ADMINISTRAÇÃO EM CURSO, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	66
TABELA 9 – ATAQUE A ADVERSÁRIOS, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	67
TABELA 10 – TEMAS/ OBJETOS NAS ELEIÇÕES PARANAENSES DE 2006.....	69
TABELA 11 – TEMAS/ OBJETOS NAS ELEIÇÕES GAUCHAS DE 2006.....	71
TABELA 12 – FORMA NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS DE 2006.....	72
TABELA 13 – FORMA NAS ELEIÇÕES PARANAENSES DE 2006.....	73
TABELA 14 – ORADOR DOMINANTE, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	74
TABELA 15 – APELO COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	76
TABELA 16 – RETÓRICA COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	77
TABELA 17 – DIMENSÃO TEMPORAL x VALÊNCIA DA DIMENSÃO TEMPORAL NAS ELEIÇÕES PARANAENSES DE 2006.....	78
TABELA 18 – DIMENSÃO TEMPORAL PASSADO/ PRESENTE E SUA VALÊNCIA x USO DAS ESTRATÉGIAS DE MANDATÁRIO NAS ELEIÇÕES PARANAENSES DE 2006.....	79
TABELA 19 – DIMENSÃO TEMPORAL x VALÊNCIA DA DIMENSÃO TEMPORAL NAS ELEIÇÕES GAUCHAS DE 2006.....	80
TABELA 20 – DIMENSÃO TEMPORAL PASSADO/ PRESENTE E SUA VALÊNCIA x USO DAS ESTRATÉGIAS DE MANDATÁRIO NAS ELEIÇÕES GAUCHAS DE 2006.....	81
TABELA 21 – ATRIBUTOS DO ADVERSÁRIO x VALÊNCIA NEGATIVA, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	82
TABELA 22 – USO DE SÍMBOLO DE PARTIDO OU LEGENDA, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	83
TABELA 23 – QUALIFICAÇÃO DO APELO IDEOLÓGICO COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006.....	84

LISTA DE SIGLAS

Arena - Aliança Renovadora Nacional
MDB - Movimento Democrático Brasileiro
PCB - Partido Comunista Brasileiro
PCdoB - Partido Comunista do Brasil
PDC - Partido Democrata Cristão
PDS - Partido Democrático Social
PDT - Partido Democrático Trabalhista
PFL - Partido da Frente Liberal
PHS - Partido Humanista Social
PJ - Partido da Juventude
PL - Partido Liberal (fundado em 1985)
PL - Partido Libertador (período 1946-1964)
PMB - Partido Municipalista Brasileiro
PMDB - Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PMN - Partido da Mobilização Nacional
PP - Partido Progressista
PPB - Partido Progressista do Brasil
PPS - Partido Popular Socialista
PR - Partido Republicano
PRN - Partido da Reconstrução Nacional
PRP - Partido de Representação Popular
PRP - Partido Republicano Progressista
PRT - Partido Republicano Trabalhista
PSB - Partido Socialista Brasileiro
PSC - Partido Social Cristão
PSD - Partido Social Democrático
PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira
PSDC - Partido Social Democrata Cristão.
PSL - Partido Social Liberal
PST - Partido Social Trabalhista
PT - Partido dos Trabalhadores
PTB - Partido Trabalhista Brasileiro
PTdoB - Partido dos Trabalhadores do Brasil
UDN - União Democrática Nacional

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 O MARCO TEÓRICO.....	19
2.1 A TEORIA DA ESCOLHA RACIONAL.....	19
2.2 OS PARTIDO E A PROPAGANDA ELEITORAL.....	32
2.3 O PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO.....	37
3 O CONTEXTO DA DISPUTA.....	39
3.1 A FORMAÇÃO HISTÓRICA DO PMDB NACIONAL.....	39
3.2 O CENÁRIO RIO GRANDENSE.....	41
3.3 O CENÁRIO PARANAENSE.....	44
4 ANÁLISE: IDEOLOGIA E ESTRUTURAÇÃO DA RETÓRICA.....	47
4.1 PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS: EIXOS ANALÍTICOS.....	47
4.1.1 O eixo de análise situação/oposição.....	47
4.1.2 O eixo de análise ideologia.....	51
4.2 O EIXO SITUAÇÃO/OPOSIÇÃO.....	54
4.2.1 As estratégias retóricas de situação.....	54
4.2.2 As estratégias retóricas de oposição.....	61
4.2.3 A Análise dos segmentos do programa.....	67
4.2.4 A Qualificação do conteúdo veiculado.....	77
4.2.5 As estratégias coletivistas de campanha.....	81
4.3 Descrição de casos.....	84
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: FISIONOMIA DE UM PARTIDO.....	99
REFERÊNCIAS.....	104

1 INTRODUÇÃO

O cenário eleitoral nacional que se projetava para a disputa de 2006 teve um momento decisivo já em março daquele ano, quando o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) manteve a norma de verticalização nas coligações entre partidos – segundo a qual partidos adversários na disputa presidencial não poderiam ser aliados nos pleitos estaduais. Três meses depois o TSE viria a flexibilizar a regra, de modo que partidos que não apresentassem candidatos à presidência pudessem celebrar alianças informais nos estados. O PMDB que vivia um dilema em torno da decisão de ter ou não candidato ao cargo de presidente, reagiu com uma forte tendência a liberar seus candidatos aos cargos majoritários de governador de Estado. Em outros termos, o partido foi impelido a não apresentar candidato próprio à presidência e não integrar coligação nacional, pois dessa forma liberaria seus diretórios estaduais para adesões não formais e coligações específicas nesses âmbitos eleitorais.

Estimulado por esse fator, o PMDB pôde ser observado em uma de suas principais características, evidente em meio às disputas de suas lideranças: O partido tem bases regionais fortes que lhe impuseram nessa eleição, em tese, uma considerável variação na imagem partidária nos diversos estados, tanto em termos pragmáticos quanto ideológicos. Esses arranjos eram pragmaticamente diversos à medida que nos diferentes estados o partido fazia alianças variadas ou se manteria neutro em relação ao pleito presidencial concomitante. Já as posições ideológicas distintas (expressas pelos candidatos do PMDB) ao longo do contínuo *esquerda - direita* durante a disputa eleitoral se adaptaram em estreita relação ao contexto específico dos Estados. Esse trabalho busca justamente investigar, em competições eleitorais, qual a relação entre a avaliação pragmatista de governos estaduais que tentam a reeleição e as ideologias partidárias envolvidas na disputa. Essa relação é analisada nas estratégias de comunicação desenvolvidas durante a eleição no Horário Gratuito de propaganda Eleitoral (HGPE).

A pesquisa tem por objeto de estudo as estratégias de comunicação das candidaturas à reeleição do PMDB nas campanhas eleitorais para os governos do Paraná e Rio Grande do Sul em 2006. Almejamos analisar comparativamente as estratégias discursivas de campanha - veiculadas pela televisão no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) - em dois estados onde o PMDB protagonizou

eleições para os cargos majoritários: Paraná e Rio Grande do Sul. No Paraná o PMDB em coligação com o PSC reelegeu o governador Roberto Requião após uma vitória difícil, obtida no segundo turno, contra o senador Osmar Dias, candidato pelo PDT (em coligação com PP, PTB, PTN, PMN, PTC, PSB, PRONA, PT do B, e não formalmente o PSDB). No Rio Grande do Sul, o candidato do PMDB, Germano Rigotto tentava a reeleição e sofreu derrota no primeiro turno; lá o segundo turno foi disputado por Olívio Dutra do PT (coligado com o PC do B) e Yeda Crusius do PSDB (em aliança com PSC, PL, PPS, PFL, PAN, PRTB, PHS, PTC, PRONA, PT do B).

A comparação das estratégias de campanha, tanto do PMDB quanto de seus adversários nos dois pleitos, foi motivada pelo importante debate em torno do problema de quem é, ou melhor, de quem são os principais atores em campanhas eleitorais majoritárias e qual é o espaço e a articulação entre esses atores durante as campanhas. É possível que o discurso partidário tenha um papel significativo em meio a eleições majoritárias, no entanto algumas das prerrogativas de um argumento partidário forte teriam que ser encontradas: Primeiro uma ideologia partidária nacional comum as candidaturas nos dois estados. Em segundo uma coerente correlação entre essa imagem partidária e as imagens dos partidos adversários, aliados e coligados. Finalmente esse argumento coletivista faria sentido caso as candidaturas (em especial as de reeleição) conseguissem sustentar uma continuidade entre argumentos de análise retrospectiva do governo passado e ideologias partidárias; isso porque é imperativo a esses candidatos à reeleição operar uma defesa de seu mandato. Sustentaremos que a análise do governo é o eixo retórico central do debate eleitoral.

A reflexão de Bernard Manin em *As metamorfoses do governo representativo* é muito significativa a respeito do ponto em questão. O autor defende a hipótese de um declínio radical da representação partidária em tempos de democracia de público. O argumento central é de que os novos meios de comunicação de massa aproximaram de modo direto políticos e cidadãos, o que levou a um declínio das funções partidárias de representação. Entretanto o autor considera que isso não implica em crise de representatividade, mas em mudanças.

Como um contraponto ao argumento de Manin destaca-se a recente reflexão de Albuquerque e Dias (2002). Nela eles do pressuposto de que mesmo em tempos de personalismo é necessário rever as afirmações de Manin de modo atento. No caso brasileiro, algumas ocorrências reforçam o papel dos partidos em campanhas

eleitorais, em especial o fato de serem eles os portadores do tempo de televisão e rádio no horário de propaganda eleitoral. Essa posse aumentaria a gama de possibilidades de estratégias de campanha e abriria espaço ao fortalecimento da legenda. O exemplo do Partido dos Trabalhadores e de suas iniciativas de fortalecimento da legenda é usado pelos autores para ilustrar a discussão.

Tarefa difícil é caracterizar o PMDB através de uma Ideologia ou mesmo de uma identidade partidária traduzida em discurso. Historicamente o partido nasce para ser um canal de participação da oposição no regime militar de 1964. Esse regime implantou em substituição a organização anterior, o bipartidarismo em uma confusa democracia híbrida (parte democrática e parte autoritária). Isso forjou as condições de existência do MDB e deixou parte dessas características inscritas no âmago da organização. Como afirma Kinzo (1988):

E foi em tais circunstâncias que o MDB se formou e se desenvolveu, afetado pelos movimentos pendulares de abertura e fechamento do regime, e tentando sobreviver como oposição. Obviamente, sua possibilidade de ter algum impacto sobre o processo político estava, em última instância, na dependência do espaço de oposição tolerado pelo regime. Assim o MDB era sempre confrontado com a difícil tarefa de definir suas posições e ações: em outras palavras, como ser um partido de oposição efetivo sem cruzar a linha de tolerância, precisamente em uma situação em que esta linha não estava claramente traçada, mas variava com os movimentos de abertura e fechamento do regime” (KINZO, 1988, p.226)

Por abrigar diversos segmentos da oposição institucional e por esta instabilidade institucional do regime brasileiro, o partido nasce e se desenvolve como uma agremiação heterogênea de interesses e posições ideológicas fracas. Não há tampouco um alinhamento conservador ou radical que possa ser descrito continuamente. De certo modo a única bandeira do PMDB, foi por muito tempo o restabelecimento da democracia no país e gradativamente, ao longo da retomada das instituições democráticas, isso passou a significar diferentes visões de mundo. Essa indefinição ideológica que foi essencial a sobrevivência do partido em seu início, deu origem a um partido de posições muito variadas e quando confrontado com a necessidade de decidir, extremamente dividido. O discurso reflete essas características e o que se observa ao longo desse trabalho é a argumentação do PMDB: Variável, livre de coerções ou mesmo orientações da legenda em nível nacional, circunstancial e carente de uma baliza de identidade de grupo.

Em resumo, três fatores se colocam em evidência quando se volta a atenção aos referidos cenários estaduais. Primeiro, as duas eleições majoritárias eram protagonizadas pelo mesmo partido em situação de reeleição (as avaliações dos governos em disputa eram expressivamente diferentes, sendo o governo paranaense mais bem prestigiado¹). Em segundo, os dois pleitos foram acentuadamente concorridos, o que levou o PMDB à vitória no Paraná e à derrota no primeiro turno no Rio Grande do Sul. Se destaca ainda o fato de que o referido partido estruturou uma retórica tipicamente de esquerda no Paraná, como exemplo podemos nos referir a “opção preferencial pelos pobres”² enunciada por Roberto Requião várias vezes, tanto durante o governo (2003-2006) quanto na campanha. Tais observações nos remeteram a dúvida de como se configuraram as estratégias de comunicação nessas duas eleições – do PMDB e seus adversários. A destacar; a conjuntura de reeleição que colocava em evidência o jogo entre situação e oposição e a natureza do meio de comunicação que impõe uma estrutura de argumentação e retórica própria.

O tema em questão articula duas frentes de estudo, a comunicação e a política. Os processos eleitorais que são alvos de nossa análise ocuparam definitivamente os meios de comunicação de massa, que são hoje o seu principal espaço de desenvolvimento. O interesse em entender esse novo *lôcus* da política é motivado, sobretudo, pelo necessário aperfeiçoamento das instâncias democráticas, ou seja, se o debate é parte essencial do processo democrático e da escolha de representantes, saber como se configura a retórica em processos eleitorais e qual o lugar das tradicionais instituições representativas nesse formato de campanha é premente.

Nosso recorte teórico parte da Teoria da escolha racional, como concebida por Anthony Downs. Suas definições de partido, ideologia e governo derivam da premissa de um sujeito racional que opera de modo a empregar o mínimo de seus recursos escassos (em nosso caso a informação) para atingir objetivos políticos e econômicos. Esse referencial opera uma redução drástica da realidade política em

¹ Em pesquisa divulgada em cinco de agosto daquele ano pelo Ibope 67% dos eleitores aprovavam a gestão de Requião com apenas 9% avaliavam a gestão como ruim ou péssima e 37% dos paranaenses a consideravam regular. No Rio Grande do Sul, o mesmo instituto realizou pesquisa entre os dias quinze e dezessete de agosto e detectou que 49% dos gaúchos consideravam a gestão de Rigotto ótima ou boa e 38% a desaprovavam.

² Esse lema foi enunciado como resultado da conferência de bispos da Igreja Católica na cidade de *Puebla*, no México, em 1979, na “Carta de *Puebla*” e desde então se tornou um símbolo para a ação da esquerda latino americana.

seu modelo; os partidos são concebidos em função da disputa pelo poder, as ideologias partidárias são diferenciais dos partidos em meio às disputas e os governos operam em função da manutenção do domínio político; no entanto essa redução tem relação com a lógica explicativa do modelo que opera com considerável sucesso em campos onde o imperativo de eficácia nas deliberações tomadas delimita o intuito de decisão dos atores. Essa concepção teórica nos é pertinente por vários motivos: Por que os atores em disputa desenvolvem uma argumentação altamente especializada no campo da política e da comunicação. Em razão também do marco bem estabelecido e delimitado do conteúdo da disputa argumentativa: As avaliações de governos que se candidatam a um segundo mandato.

Em cenários similares de reeleição nos perguntamos: Houve, nessa eleição, iniciativas de construção e fortalecimento da respectiva legenda? Qual a imagem do partido, caso essa seja empreendida, na estratégia retórica de campanha? Há uma retórica comum entre candidatos a cargos análogos, ambos disputando a reeleição e oriundos dos mesmos partidos? De que modo se sustenta a dimensão nacional do partido em relação a sua dinâmica regional? De modo a responder essas questões iniciamos a pesquisa com as seguintes hipóteses de trabalho: Embora haja indícios e algum consenso em torno da tese que vislumbra um personalismo em campanhas majoritárias verifica-se um dado relevante: Um incremento na identidade partidária do PMDB no sul do país, detectado entre as duas rodadas (2002 e 2006) da pesquisa ESEB³, como descrito por Veiga (2007). É passível de cogitação a hipótese de que os partidos, em especial o PMDB, empreenderam no decorrer das campanhas iniciativas de crescimento e fortalecimento da sua imagem. Nesse caso a estratégia de campanha coletivista seria empreendida juntamente a um necessário balanço do governo que termina o mandato e intenciona a reeleição. Em paralelo resta a problemática do conteúdo veiculado: Se o PMDB é um partido que não se vincula a uma ideologia específica e por ter quadros de orientações diversas e de grupos muito fortes regionalmente esse partido seria caracterizado por uma ampla variedade de discursos e por uma forçosa abertura a posições locais.

O objetivo do trabalho é examinar a comunicação de campanha nas referidas disputas eleitorais e as iniciativas de formulação e dinamização das principais legendas partidárias analisando suas projeções ideológicas e a apreciação dos

³ A pesquisa ESEB (Estudo Eleitoral Brasileiro) é promovida nacionalmente pelo CESOP/ Unicamp e associada ao Comparative Study of Electoral Systems (University of Michigan).

governos em disputa pela reeleição. A pesquisa leva em consideração a necessidade de dimensionar e separar na comunicação da campanha, os diferentes segmentos (dedicados ao candidato, ao partido ou a ambos). Objetiva-se descrever as estratégias empregadas na campanha, se de mandatário ou desafiante. Analisar ainda o principal expediente empregado, caso seja ideológico, político, pragmático ou emocional. Finalmente almeja-se comparar a persuasão vinculada a candidatos do mesmo partido em diferentes contextos estaduais. A escolha do objeto leva em consideração o panorama de reeleição do PMDB em ambos os estados. A opção pelo objeto é feita em função de que os cenários de reeleição reforçam a dinâmica de comunicação, o que possibilita pontos de aproximação entre as lógicas de argumentação nos processos de persuasão. Provavelmente se deve verificar um forte apelo pragmático pela continuidade entre os candidatos à reeleição, independente do conteúdo ideológico presente. Talvez fosse mais oportuno procurar iniciativas de fortalecimento das legendas partidárias em ocasiões nas quais a avaliação do governo do candidato não estivesse tão presente na lógica do debate (quando não houvesse reeleição), contudo as perspectivas de comparação (do mesmo partido, na mesma macroregião e em disputa pela reeleição do executivo estadual) possíveis seriam reduzidas.

Cabe salientar o papel de relevo dos meios de comunicação de massa, especialmente da televisão, nas campanhas eleitorais. No Brasil esse meio de comunicação é a principal via de acesso do eleitor comum à informação⁴, tanto quanto o principal veículo dos partidos e candidatos para a transmissão de suas mensagens, projetos e temas para a agenda pública (MIGUEL, 2000, p.66). Essa interação mediada pela TV deve ser levada em consideração nos estudos políticos. Acerca do discurso político é importante ainda examiná-lo tendo em vista sua adaptação ao estilo *midiativo*, ou seja, é relevante a constatação de que há influências da estrutura comunicativa dos meios de comunicação de massa na prática política, em específico nos momentos eleitorais. Como afirma Miguel (2002), houve uma certa idealização das *formas de discurso político pré-midiáticas*, ao se cogitar a contaminação advinda do campo *midiativo* no debate do campo político

⁴ Em que pese a diferenciação entre comunicação e informação. Luis Felipe Miguel atribui ao que ele nomeia concepções de democracia limitadas (que restringem a participação das massas somente a momentos de concorrência eleitoral) a redução da comunicação à informação. O argumento do autor expõe o fato de que a veiculação de informação está invariavelmente acompanhada de representações do mundo social, representações essas que se vinculam a diversos projetos políticos (MIGUEL, 2000:57).

impondo a gramática do primeiro ao segundo. Certamente o autor não nega a adaptação do discurso político rumo às formas usuais nos meios de comunicação de massa; o que ele contesta é o pressuposto de que em algum momento existiu uma forma *pura* de discurso (como um verossímil debate de idéias, desvinculado da formação de imagens ou das técnicas publicitárias) onde estivesse ausente a influência do contexto histórico e das possibilidades técnicas de difusão desses discursos (Miguel, 2004, p.8, 2002, p.158).

Haja vista o destaque que a televisão passou a ocupar, sendo um dos espaços fundamentais do debate eleitoral, tomamos o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) como principal lócus dessa disputa pela persuasão do eleitor. No caso do Brasil, o tempo na televisão concedido aos partidos demonstrou, como afirma Albuquerque e Dias (2002), eficácia comunicativa. Os autores atribuem essa eficácia, por um lado, ao lugar privilegiado que a TV ocupa na rotina da sociedade e por outro prisma, à ampla liberdade no uso dos recursos que as legislações eleitorais contemplam desde 1985. Da importância desse meio resulta, por exemplo, o empenho dos partidos em formar coligações, como uma forma de dispor de mais tempo na televisão e no rádio durante as eleições. Uma vez que o HGPE ocupa lugar significativo nas estratégias de campanha, esta investigação busca examinar as estratégias retóricas desenvolvidas nessa arena da disputa eleitoral.

A coleta dos dados se deu a partir de uma amostra de dois programas por semana. Ao todo foram sete semanas de veiculação do HGPE, dos quais foram cedidos aos candidatos ao governo três dias (dois programas por dia) da programação. Nossa amostra, por estado, é de quatorze programas entre quarenta e dois veiculados.

O trabalho será dividido em duas partes. Na primeira estão contidas a introdução, a discussão do marco teórico e a contextualização histórica. O contexto específico de cada disputa, assim como a discussão metodológica e análise dos dados serão componentes da segunda parte do trabalho.

2 O MARCO TEÓRICO

2.1 A TEORIA DA ESCOLHA RACIONAL

A orientação teórica na qual se baseia o trabalho é conhecida como a teoria da *escolha racional*. Uma de suas principais indagações é a busca do modo pelo qual as ações individuais influenciam fenômenos coletivos. A suposição, retirada da teoria microeconômica por Anthony Downs e aplicado à teoria política, é a de que os agentes devem ser abordados sob a conjectura positiva de que seu comportamento é racional. O comportamento voluntário e calculado dos agentes seria típico de áreas onde se coloca de modo predominante os imperativos de eficácia das ações (o exemplo do consumo e da disputa pelo poder são os dois já citados). Essa suposição resulta em um individualismo metodológico próprio da Teoria da escolha racional que, no entanto não exclui a necessidade de conjunção a outras formas de abordagens teóricas. Na edição brasileira, o livro *Uma teoria econômica da democracia*, um dos marcos fundadores da teoria da escolha racional, escrito por Downs, ganha interessante prefácio de Fábio Wanderley Reis, que escreve:

Por outras palavras, o uso do próprio postulado de racionalidade, que seria a marca distintiva da abordagem econômica, remete à ciência social convencional. E a receita consistirá em combinar o recurso àquele postulado importante e mesmo indispensável (e de fato sempre presente, ainda que freqüentemente de forma tosca e pouco elaborada, em qualquer esforço de “compreensão do comportamento”), com a contextualização que só a ciência social convencional possibilita. (Reis, 1999, p.16)

Essa necessidade do recurso às ciências sociais tradicionais, como colocada por Reis, advém da fundamental referencia ao contexto que cerca o agente, pois este toma em consideração as dinâmicas ao seu redor quando produz seus cálculos. Seus objetivos mais imediatos são calculados em referência ao contexto e a ação dos outros sujeitos envolvidos no processo. No modelo de Downs todos esses indivíduos seguem uma lógica plausível e agem de acordo com os meios disponíveis.

O conceito de racionalidade assim como descrito por Downs, ganha contornos estreitamente objetivos para fins de cálculo da lógica de ação dos atores.

Para o autor a racionalidade dos agentes é definida como a ação do homem que busca atingir suas metas usando o mínimo dos recursos escassos dos quais dispõe. Não se trata de uma definição ampla de racionalidade, pois não questiona os fins escolhidos nem o êxito em alcançá-los. Embora não questione o mérito dos objetivos almejados pelo agente, a análise passa necessariamente pelo conhecimento dessa finalidade. Além desse conhecimento prévio dos objetivos, a observação deve se restringir exclusivamente aos fins de caráter político e econômico definidos pelo agente.

Essa delimitação de racionalidade funciona como ponto chave na análise uma vez que toma por objeto dinâmicas políticas em cenários nos quais a capacidade de prever o comportamento do outro é fato determinante para o equilíbrio do sistema. Algumas ambigüidades nesses contextos são toleráveis, porém o predomínio do comportamento racional é fundamental ao modelo:

Como o governo fornece o referencial de ordem sobre o qual o resto da sociedade se constrói, a racionalidade política tem uma função muito mais fundamental do que a simples eliminação de desperdícios no ato de governar. O comportamento racional é impossível sem a estabilidade ordenada que o governo proporciona. Mas o governo continuará a proporcionar essa estabilidade somente enquanto o sistema funcionar eficientemente, isto é, enquanto for racional. Desse modo, a racionalidade política é o *sine qua non* de todas as formas de comportamento político. (Downs, 1999, p.33)

Como um agente racional, o governo atua de modo lógico *maximizando o apoio político* e se mantendo no poder. As condições estruturais nas quais agem os governos, de acordo com o modelo de Downs, subentendem a existência de partidos de oposição, assim como um cenário onde persistam traços de incerteza e que seja povoado por eleitores que também se comportem racionalmente. Tendo em vista esses fins o autor se pergunta o que é o comportamento político racional de governos e cidadãos.

A associação entre a definição de governo democrático, como proposta pelo autor, e o comportamento racional do eleitor passa necessariamente pelo momento eleitoral. De acordo com Downs o objetivo essencial das eleições é a escolha do governo. Tendo em vista essa finalidade o eleitor se comporta racionalmente, no que concerne às eleições, quando atua para desempenhar de modo eficiente sua função na escolha do governo (Downs, 1999). Portanto a definição de governo democrático

assimila o aspecto da seleção por meio de eleições populares e periódicas nas quais há competição entre dois ou mais partidos.

A proposta do autor no modelo articula de forma engenhosa a atuação do governo, o comportamento do eleitor e os fluxos de tempo entre eleições. Sinteticamente o argumento parte do princípio de que os governos planejam sua atuação de maneira a maximizar o apoio político, ou seja, suas políticas almejam sobremaneira a conquista e a manutenção dos votos. Os eleitores agem, por sua vez, racionalmente quando votam de modo a escolher o partido que lhes concedem os maiores benefícios. Esses benefícios não são calculados em termos de políticas implementadas, mas sim de acordo com a lógica do modelo, na qual os leitores votam pelos partidos ou candidatos que lhes proporcionam maiores rendas de utilidade. No *tempo que decorre entre eleições, o período eleitoral*, Downs localiza a *principal unidade de julgamento do eleitor* (Downs, 1999). Dois períodos eleitorais estão envolvidos no cálculo do eleitor racional: O período que antecede a eleição e a projeção do futuro período eleitoral. O modelo leva em consideração o fato de que o eleitor baseia seus cálculos em duas formas de diferenciar os partidos, a primeira é uma projeção e a segunda uma avaliação. O *diferencial partidário esperado* (Downs, 1999) pelo eleitor é calculado a partir da utilidade esperada de um segundo governo do partido da situação deduzida da utilidade de renda esperada caso o partido de oposição seja eleito. No caso de um resultado positivo o eleitor opta pela reeleição ou caso o resultado seja negativo ele vota pela mudança.

Na dificuldade, cada vez mais comum, de estabelecer diferenciação tendencial entre os futuros mandatos, ou seja, quando o resultado do cálculo de diferencial partidário esperado é neutro e os dois projetos de governo são parecidos, os formuladores de campanha devem deslocar seus esforços ao *diferencial partidário atual* (Downs, 1999). Nesse cálculo, a renda de utilidade obtida pelo cidadão quando o partido de situação governou é comparada a uma estimativa da renda de utilidade que seria obtida caso o partido de oposição houvesse governado naquele período. Segue-se uma avaliação do governo e uma comparação com um suposto governo da oposição, sempre tendo por base a renda de utilidade esperada. A opção pela mudança ou pela permanência é calculada em função da renda de utilidade, para Downs as campanhas tem em conta que o cidadão comum não se interessa pela política *per se*, mas pelos benefícios ou problemas dela advindos.

É importante colocar em destaque que esse modelo se sustenta sobre uma premissa controversa, qual seja, a de que *todo indivíduo, embora racional, seja também egoísta*. O autor nomeia a esse traço da natureza humana, o *axioma do interesse pessoal*, isso se aplica, a cidadãos, membros de partidos e demais indivíduos componentes de grupos de interesse (Downs, 1999, p.49). Em realidade o autor não exclui comportamentos altruístas, pelos quais condutas irracionais - consideradas segundo essa lógica de interesse na renda de utilidade esperada ou no acúmulo de votos - são executados em nome do benefício coletivo. No entanto a formulação do modelo faz a opção de vincular-se ao axioma do *interesse pessoal* de modo a explicar a ação social na esfera política.

O mesmo *axioma do interesse pessoal* é aplicado à motivação das ações dos partidos, ou seja, os líderes partidários agem tendo em vista a conquista de renda, prestígio e poder resultantes da ocupação de cargo público.

Desse modo, os políticos no nosso modelo nunca buscam o poder como um meio de executar políticas específicas; seu único objetivo é colher as recompensas de ocupar um cargo público *per se*. Eles tratam as políticas puramente como meios de atingir seus fins privados, que eles conseguem alcançar somente se forem eleitos. Sobre essa argumentação se assenta a hipótese fundamental de nosso modelo: os partidos formulam políticas a fim de ganhar eleições, e não ganham eleições a fim de formular políticas. (Downs, 1999, p.50)

Dessa reflexão, Downs sugere uma crítica a sua própria perspectiva; a de que os partidos concebidos a partir desse axioma seriam conglomerados de pessoas que, buscando conquistar interesses puramente pessoais, se desviariam da atividade essencial que lhes foi imputada, qual seria, conceber e executar políticas. O modelo de downsoniano faria uma confusão entre fins e meios ao eleger a ambição privada dos membros partidários o principal objetivo em questão. Essa fórmula resultaria na perda da função dos governos. Com respeito a essa possibilidade de crítica afirma ele:

Essa crítica pode soar plausível, mas é completamente falsa. Mesmo no mundo real, quase ninguém cumpre sua função na divisão do trabalho puramente por ela mesma. Ao contrário, cada uma dessas funções é executada por alguém que é estimulado a agir por motivos privados, logicamente irrelevantes a sua função. Desse modo, as funções sociais são, em geral, os subprodutos da ação humana, e as ambições privadas, seus fins. Essa situação resulta diretamente do axioma do interesse pessoal. (Downs, 1999, p.50)

O autor atribui a Joseph Schumpeter o fundamento da tese desenvolvida por ele. De acordo com Schumpeter não seria realista começar uma análise dos partidos tendo por base a significação social atribuída a atividade política. Seria necessário partir do estudo das disputas pelo poder e cargos para definir como a função social atribuída a atuação política é alcançada como consequência contingente do processo de luta política.

Temos como consequência dessa reflexão a concepção do partido governante que dirige suas ações de modo a obter a maximização do apoio político. Isso implica a consciência por parte desse grupo político, de que há uma forte correlação entre as políticas empreendidas durante o governo e o modo pelo qual as pessoas votam. Desse ponto de vista é viável estabelecer um paralelo entre as posições de Downs e as de Raymond Boudon em *Efeitos perversos e ordem social*. A concepção da motivação da atuação partidária de Downs como um dos princípios da democracia representativa não seria incoerente de acordo com Boudon. Sua tese é de que a somatória de comportamentos individuais em sociedade têm resultados não necessariamente almejados ou pretendidos pelos primeiros, essa resultante pode ter valores positivos, negativos ou variar para o conjunto da sociedade. Para Boudon os referidos efeitos perversos ou efeitos de composição resultantes de comportamentos individuais acumulados socialmente levam a consequências *indesejáveis* e também a efeitos *não-desejados*. O autor faz uma interessante defesa do vocábulo escolhido (*efeitos perversos*) para a descrição do resultado em questão:

Defenderei, porém, o vocabulário escolhido com a ajuda de dois argumentos. O primeiro apela para a autoridade de Goethe. Nos versos célebres, onde é difícil não ver a influência da filosofia política das luzes, Mefistófeles define-se como “Uma parte dessa força que sempre quer o mal e sempre faz o bem”. Concordaremos sem dificuldade ao qualificar de perversa a ação do espírito do mal, mesmo se ela levar à produção de efeitos individual e coletivamente positivos. Meu segundo argumento é que os mecanismos perversos socialmente mais importantes são os que levam a produção de efeitos indesejáveis, aqueles que o uso qualifica espontaneamente de perversos. (Boudon, 1979, p.11)

O segundo argumento do autor vai ao encontro do principal assunto que é objeto de seu estudo, qual seja, os efeitos perversos não desejados que originam *desequilíbrios sociais* e que *desempenham um papel essencial na mudança social*. Embora a aproximação entre a visão de Downs sobre a motivação dos agentes

partidários e o mecanismo democrático daí derivado não seja o tipo de ocorrência privilegiada na análise de Boudon; essa contempla inúmeros casos entre os efeitos de composição que atingem indivíduos ou grupos e que não são buscados pelos agentes individuais, embora possam vir a ser benesses. Entre as possíveis combinações certamente poderíamos contemplar a derivação enunciada por Downs:

Em suma: haverá tantos casos representativos possíveis quantas forem as combinações entre os seguintes critérios:

1) nenhum sócio atinge (1a), certos sócios (1b), todos os sócios (1c) atingem seus objetivos individuais; 2) produzindo simultaneamente bens (2a) ou males (2b) ou ainda bens e males coletivos (2c); 3) cada um desses bens ou males aplicando-se somente a alguns (3a) ou à totalidade dos sócios (3b). (Boudon, 1979, p.12)

O relevante da intersecção entre essas duas perspectivas reside na defesa de que as ações individuais e suas intencionalidades podem ser inferidas como causas de fenômenos amplos. Aos indivíduos concebidos no modelo de Boudon foge a resultante final da somatória de suas ações, entretanto isso tampouco contradiz a perspectiva downsoniana de agentes racionais; seus fins não são passíveis de problematização de acordo com o modelo, eles visam a satisfação de necessidades individuais por meio do mínimo uso dos meios disponíveis. O primeiro autor também se filia a um certo individualismo metodológico avesso a idéia de seres movidos por forças sociais exteriores a eles, por estruturas sociais. “O paradigma dos efeitos perversos não implica a imagem de um *Homo sociologicus* ‘racional’, mas de um *Homo sociologicus* ‘intencional’”. (Boudon, 1979, p.14)

É a partir dessa visão instrumental de racionalidade que opera a teoria da escolha racional. Reis examina o postulado do indivíduo racional e desdobra algumas consequências teóricas e epistemológicas a partir dele. Com respeito a problemas que envolvem eficácia, a relação entre fins e meios é adotada pelo modelo como ponto de partida unívoco e o axioma do interesse pessoal unifica o método uma vez que proporciona um núcleo conceitual estável à análise das interações estratégicas. Desse modo a análise da intencionalidade do agente, pela qual os propósitos do sujeito da ação podem ser levados em consideração passa necessariamente pela suposição da racionalidade do indivíduo. A iniciativa de compreensão do agente subsiste na teoria da escolha racional pois repousa

justamente no pressuposto de sua racionalidade, caso contrário a abordagem compreensiva de um sujeito intencional tornaria-se impraticável. Em *Mercado e Utopia*, Reis articula a subjetividade das ações com a proposta de racionalidade operacional:

Note-se que o problema do parágrafo anterior tem a ver com o aspecto *subjetivo* das ações e interações humanas, problema este que é claramente afim a considerações de ordem prática, normativa ou relativística – e o ponto central das proposições recém enunciadas é ele próprio necessário para se lidar de maneira adequada precisamente com aquele aspecto. Ora, o suposto de racionalidade instrumental é também o recurso básico que permite à abordagem da *public choice* recorrer ao construtivismo lógico e operar de maneira dedutiva, donde decorrem algumas importantes conseqüências metodológicas: (a) a possibilidade de empreender um esforço de construção teórico que seja a um tempo empiricamente controlável, pois afirmativo e proposicional e não meramente definicional, bem como logicamente integrado e em princípio cumulativo, (b) em conseqüência, a possibilidade de se colocar eventualmente em termos mais apropriados o perene e exasperante problema das relações entre teoria e pesquisa. (REIS, 2000, p.39)

Uma contribuição importante do trabalho de Reis é a iniciativa de desconstruir uma distinção geralmente usada como crítica a teoria da escolha racional. Essa diferenciação entre uma noção *substantiva* de racionalidade e a já discutida visão *instrumental* da ação racional, de acordo com o autor, não seria sustentável de modo consistente. Para ele a racionalidade entendida como a relação instrumental entre fins e meios é a única forma disponível de abordagem do problema (Reis, 2000). Essa conclusão se assenta sobre o fato de que a possibilidade da racionalidade é sempre atribuída a uma *ação* e em decorrência a seu *agente*. Como predicado da ação, a racionalidade pode ser objeto de análise a medida que se faz eficaz na persecução de seus objetivos. Reis esclarece que esse conceito remete de imediato ao domínio e ao processamento da informação relevante, sendo assim nessa perspectiva a racionalidade conta com dois componentes essenciais, um *ativo* e outro *cognitivo*. Conclui o autor que devido ao componente ativo da racionalidade, se torna sem sentido falar de racionalidade de “*intenções, objetivos ou preferências* como tal – que é o reclamo ou a preocupação usual da proposta de uma noção *substantiva* de racionalidade” (Reis, 2000).

Novamente salientamos que em relações nas quais a necessidade de eficácia se faz presente, o acesso e o grau de processamento das informações pode explicar, em termos de *intenções incompatíveis*, as ações aparentemente irracionais. Mesmo porque quando permanecem como *desejos ou aspirações*, não são

necessariamente irracionais justamente porque não são acionadas. Por outro lado Reis sustenta que a irracionalidade só pode ser cogitada quando há atitudes baseadas em intenções contraditórias ou incompatíveis, mas ainda nesses casos ele defende que se examinem essas ações irracionais tendo por base deficiências informacionais. Notadamente não há incompatibilidade entre a suposição de graus de racionalidade baseada em volume e processamento da informação e a noção instrumental de racionalidade (Reis, 2000).

Afirmamos anteriormente que o modelo de Downs é marcado por condições estruturais, entre elas a existência de partidos de oposição, eleitores dotados de racionalidade instrumental e mais importante aqui, um contexto marcado por incertezas, entre elas o fato de que as obtenções de informações têm altos custos. Caso houvesse um contexto de informações completas e sem custo (e esse cenário pouco tem a ver com a profusão de informações disponíveis na rede mundial de computadores, uma vez que selecionar, comparar e verificar sua confiabilidade demanda recursos escassos de tempo e meios de comunicação) as campanhas lidariam com um eleitor que compararia o fluxo de renda de utilidade do governo e da oposição e escolheria sua preferência partidária. Em sistemas bipartidários o eleitor simplesmente vota em sua preferência partidária, enquanto em sistemas multipartidários abrem-se as possibilidades de voto útil ou de um voto orientado para o futuro. Caso os programas partidários e a avaliação de desempenho se aproximem a tendência é a de abstenção, mas quando há tão somente a semelhança entre políticas e plataformas o desempenho do partido é o critério para a decisão. Porém a incerteza é intrínseca a processos complexos como o de eleições, e a informação de qualidade e em quantidade suficiente é o que desfaz a maioria das incertezas. Quando se leva em consideração que a intensidade da incerteza é diminuída pela informação da qual é dotado o agente; é também relevante o fato de que para obtê-la é necessário um considerável investimento de recursos. Segue-se que os alvos preferenciais para a persuasão dos partidos são eleitores com informação insuficiente e grau de incerteza elevado. Correspondentemente agentes dotados de pouca incerteza e motivação pessoal, tornam-se sujeitos da persuasão no processo político (entre eles os próprios partidos).

Os persuasores não estão interessados *per se* em ajudar pessoas que estão incertas a se tornarem menos incertas; querem que a certeza produza

uma decisão que auxilie sua causa. Portanto, fornecem apenas aqueles fatos que são favoráveis a qualquer grupo que estejam apoiando. Presumimos que esses fatos nunca serão falsos, mas eles não precisam dizer toda a verdade. E provavelmente não o farão, porque os persuasores são, por definição, propagandistas no sentido original da palavra – apresentam informações corretas, organizadas de modo a conduzir a uma conclusão específica. (Downs, 1999, p.104)

Essa definição de persuasores se aplica tanto a eleitores *agitadores* quanto a líderes, esses últimos diferenciam-se pela habilidade de convencer os eleitores a adotar posturas e opiniões como se essas fossem propriamente suas. Os líderes são atores que existem em razão da incerteza do contexto, eles são buscados porque os próprios eleitores desconhecem a conexão entre suas preferências e as decisões a tomar. Nas sociedades marcadas pela *divisão extensiva do trabalho*, é inevitável um desnível considerável em termos de renda, posição e influência, o que potencializa a desigualdade associada a regimes democráticos de representação política. Abre-se um grande espaço para a disputa pela persuasão do eleitor e uma competição acirrada pelas posições de liderança entre partidos, grupos de interesse e compradores de favor. Tais posições quando ocupadas o são em razão da possibilidade de ganhos de influência política na tomada de decisões.

Essa caracterização dos partidos e líderes a partir de sua motivação pessoal de ganhos remete a questão de como surgem e são sustentadas as ideologias e filosofias políticas. A resposta de Downs a esse respeito é categórica: “Nossa resposta é que a incerteza permite que os partidos desenvolvam ideologias como armas na disputa pelo poder” (Downs, 1999). Definida a ideologia como a imagem da *boa sociedade* e dos modos de edificar essa projeção, Downs não qualifica os grupos ou classes sociais como os principais portadores dessa ideologia. Os agentes autônomos motivados pela busca de poder que fazem uso do expediente ideológico são os partidos. Isso faz da ideologia um recurso político de informação e persuasão e ao mesmo tempo desvincula os partidos políticos de ideologias definitivas e imutáveis. Isso porque a motivação do partido é a de maximizar votos, portanto os partidos aderem a políticas pelas quais haja a vontade traduzida do eleitor. Entretanto é necessário destacar que não há ganhos eleitorais em ser igual ao concorrente, é necessário um perfil próprio do partido. Como projeção da realidade as ideologias desempenham eficazmente essa necessidade de diferenciação do partido em relação as outras legendas.

Novamente é o panorama de incerteza que explica a ideologia como base de identificação da campanha em busca do eleitor racional. O cenário de incertezas é de natureza variada, a complexidade da atuação do Estado deixa nebulosos o que são as decisões do governo bem como suas consequências e isso se aplica também aos possíveis caminhos que não foram seguidos pelo governo. Relacionar as decisões tomadas as preferências na hora de escolher um candidato é outra dificuldade com alto custo que os candidatos em campanha reconhecem. Resta ainda a incerteza frente aos problemas que hão de vir no futuro. Com vistas a essas condições as ideologias são empregadas pelos partidos na disputa eleitoral como facilitadoras do acesso do eleitor comum a informação. Elas poupam os custos de informação e facilitam o exercício de relacioná-las a perspectivas de mundo. Elas ainda podem ser substitutos de menores custos para o *diferencial partidário*. Ao invés de comparar os partidos em temas específicos o investimento com base nas ideologia dos concorrentes poupa recursos usados para se informar mais detalhadamente.

Por seu curso, a ideologia é útil e necessária aos partidos porque uma parcela dos votantes escolhem por meio delas e não propriamente das política e propostas. Por essa razão os partidos formulam ideologias que atraiam o maior número de votos. Resulta disso um dilema entre diferenciar-se das demais legendas para obter um maior diferencial ou tentar agradar ao máximo a mesma massa dos eleitores. Alguns fatores, de acordo com Downs, potencializam a divergência ideológica em contraponto a necessidade de maximizar os votos, são eles a *heterogeneidade da sociedade, a inevitabilidade do conflito social e a incerteza*. (Downs, 1999, p.121)

Embora sejam representações da realidade, o caráter competitivo da disputa impede os partidos de serem grosseiramente incoerentes na formulação de suas ideologias. Porque são atalhos racionais as ideologias devem indicar as prováveis ações dos partidos futuramente, caso mudem as políticas as ideologias também devem seguir a mesma lógica, sob a pena de não mais servirem de atalhos cognitivos ao cidadão e de surtirem efeito contrário ao partido. Segue-se que as ideologias se modificam também em razão de efeitos que influenciaram as políticas concretas.

A principal força a conformar as políticas de um partido é a competição com outros partidos por votos. A competição não só determina o conteúdo das políticas partidárias (...) mas também controla (1) sua estabilidade e (2) sua

relação com as declarações públicas do partido. Dessa maneira, a competição determina se os partidos serão responsáveis e honestos. (Downs, 1999, p.123)

A responsabilidade e confiabilidade atribuídas a um partido dependem de uma ideologia coerente e estável e que sirva de rumo às políticas adotadas. A mudança ideológica, quando feita deve ser gradual e continuar coerente (ao menos aparentemente). Isso também compreende que quando chegue ao poder, o partido organize suas ações de modo a contemplar e justificar sua ideologia. Elas são teorias que servem como guias de ação. Essas duas dinâmicas de sentido contrário devem ser alimentadas. As ideologias partidárias devem ser flexíveis a ponto de abrigar o maior número de votantes e estáveis de modo a não repudiar ações passadas (a não ser que haja mudanças radicais no contexto). Isso provoca defasagens no aspecto ideológico e político do partido que muda à medida que julga racionalmente assimilável aos seus eleitores, essa transição também obedece às incertezas de saber quais propostas são as mais apropriadas e compatíveis na visão do eleitor. Esse aspecto motiva uma constante divergência entre os líderes que por um lado apóiam a manutenção da ideologia e por outro a membros que apostam todos os recursos em vitórias eleitorais.

É comum que a manutenção da ideologia como fim em si mesmo reverta os mecanismos do modelo de Downs, para ele é compreensível que um partido sacrifique temporariamente seus objetivos em torno de prestígio, poder e renda, para manter o prestígio resultante da sustentação de uma imagem ideológica. Essa inversão temporária não compromete o modelo, pois segundo o autor há uma regularidade na busca por renda advinda do ganho eleitoral.

Esse campo de disputa partidário pelo domínio dos atalhos usados pelos eleitores para diminuir os custos de informação não perpassa necessariamente a disputa ideológica. Um dos atalhos cognitivos mais viáveis, secundário para Downs, é alvo da análise de Key (1966) e Stokes (1966), qual seja, a avaliação de desempenho; segundo Carreirão (2002):

A avaliação de desempenho é uma dessas questões. Downs menciona considerações de desempenho, mas apenas como considerações secundárias para avaliar a utilidade ganha. Em seu modelo, as taxas de desempenho entram na avaliação do eleitor quando este acha que ambos os partidos têm as mesmas plataformas e políticas. Teóricos não só da *rational choice* têm se concentrado nos custos mais baixos de informação associados com desempenho, em oposição a fatores ideológicos. (Carreirão, 2002, p.51)

Seria razoável supor que os partidos tenham feito considerável investimento nessa frente de disputa retórica, o que poderá ser avaliado ao final da análise, quando forem confrontados os dados sobre as avaliações de governo. A Tese de Carreirão é de que a avaliação de desempenho do governo, do partido e do candidato são os principais pontos em debate no momento da disputa eleitoral. De acordo com o autor existem algumas obras centrais a essa reformulação da teoria da escolha racional. Uma delas é a de Fiorina (1981) e o seu exame do voto retrospectivo. Fiorina aborda duas grandes correntes explicativas do voto retrospectivo, uma delas a *teoria tradicional do voto retrospectivo* representada por Key (1966) e a outra cujo principal representante é Downs.

A distinção entre as duas teorias de voto retrospectivo é teoricamente importante. Para reiterar, sob a ótica de Downs, as eleições têm implicações políticas que em muitos sentidos são as mesmas que sob voto prospectivo - o voto retrospectivo de Downs é um meio de voto prospectivo. O cidadão Downsoniano compara as plataformas do governo e do desafiante, interpretando o último a luz do desempenho passado do governante. Mas, sob a teoria tradicional, as eleições não têm implicações políticas a não ser uma aceitação generalizada ou rejeição do status quo. A votação demonstra ou não confiança no julgamento do governo e em suas habilidades. Que políticas os políticos seguirão é o seu campo, o que eles realizam é o do eleitor. (Fiorina, 1981, p.13)

A diferença substancial entre elas é que a teoria de Downs articula as dimensões de passado e futuro enquanto de acordo com Key a escolha do eleitor parte unicamente de uma retrospectiva. Para Fiorina, de acordo com Carreirão (2002), a escolha eleitoral é baseada em um misto de voto retrospectivo e prospectivo, sendo que as avaliações (centradas nos resultados) do passado se incorporam as projeções de governos futuros. Os partidos então são compelidos a investir tempo e recursos midiáticos nessa avaliação e na projeção de um futuro governo. Mais do que isso, no caso brasileiro em que o portador do tempo de campanha em televisão é o partido, a decisão de se desenvolver uma estratégia de campanha centrada na figura do candidato, passa necessariamente pelo partido, o que indica que a opção pela estratégia personalista é feita pelo grupo.

Algumas reflexões trabalham com a hipótese de uma opção racional, do eleitor e correspondentemente do partido, por avaliar e fornecer subsídios para esse voto centrado na avaliação pessoal do candidato.

Da mesma forma, Popkin (1994) destaca o papel da avaliação dos candidatos (e não só dos partidos) na decisão eleitoral. Eleitores analisam candidatos e formam imagens deles usando os mesmos tipos de atalhos que usam para formar suas visões sobre os partidos, mas as posições dos

candidatos diante dos issues não são o único critério nesta avaliação. Assim, em primeiro lugar, eleitores se importam com as preferências políticas dos candidatos porque partidos exercem fracos controles sobre presidentes; em, segundo lugar, eleitores se importam com a competência dos candidatos, (...). Finalmente eleitores se preocupam com o caráter do candidato (...) estimam sua moralidade e sinceridade públicas a partir de seu caráter e moralidade privados. (Carreirão, 2002, p.60)

Esse investimento em campanhas majoritárias de certo modo se acomoda a necessidade partidária de compor uma imagem sólida perante os eleitores. Em outras palavras, os eleitores buscam no partido uma certa estabilidade em sua representação, portanto, transferir o ônus - ou o risco dele - a imagem da candidatura é uma forma de mudar gradativamente (inclusive corrigindo o curso da mudança de discurso) a imagem do partido, de modo mais seguro. Figueiredo (2008), afirma que a identidade partidária é um dado variável, muito embora se baseie em aspectos da socialização que são definitivos:

É razoável supor que o eleitor busque nos partidos, e até mesmo em candidatos, um atalho para a aquisição e processamento das informações políticas relevantes. Contudo, se os partidos jogarem o jogo da ambiguidade, se multiplicarem em busca de diferenciações ou, ainda, expandirem suas bases, isto gera imprevisibilidade e, conseqüentemente, o eleitorado se volatiliza. Neste caso, os próprios partidos se tornam fonte de volatilidade eleitoral. (Figueiredo, 2008, p.109)

No livro *Jogos Ocultos: Escolha racional no Campo da Política comparada*, Tsebelis apresenta interessante tese sobre questões equivalentes a essa. Para ele comportamentos subótimos, ou simplesmente interpretados como irracionais, podem ser explicados a medida que a arena dos jogos em questão seja ampliada. Considerado um contexto mais amplo de múltiplas arenas, comportamentos aparentemente subótimos tornam-se compreensíveis. No caso específico do partido trabalhista britânico e em sua recusa em continuar a abrigar parlamentares que julgava pouco radicais, o que pode ser visto como uma incoerente recusa de ganhar eleições é analisado por Tsebelis de outro prisma. Ele analisa que ao criar uma imagem de dureza e fanatismo ideológico o partido local enviava um claro recado para rodadas futuras, o de que não aceitaria posturas moderadas, nem de seus candidatos e nem do diretório central.

Enfim, problemas em que a ideologia é um importante fator de tomada de decisões pode ser abordado de maneira análoga. A forma tradicional de lidar com a ideologia no programa de pesquisa da escolha racional é exógeno, como um mecanismo para diminuir custos de informação (Downs, 1957). A minha abordagem sugere como abordar ideologia de forma

endógena: é possível que tenham sido adotadas como solução para jogos recorrentes. (Tsebelis, 1998, p.153)

Vimos que a concepção de Ideologia para Downs articula duas faces da interação social em questão. Para o eleitor ela é um atalho cognitivo que lhe preserva os escassos recursos com a finalidade de obter informações confiáveis e dirimir as incertezas, por outro lado no caso do partido ela é uma marca diferenciadora em relação aos outros competidores, um meio de obter mais votos. Nesse ponto a Ideologia como concebida por Downs desempenha um papel essencial no discurso político, ela permite aos sujeitos (sejam coletivos ou individuais) formular e receber direções para suas condutas. A simplificação das representações, por sua vez, permite que eles o façam sem grandes custos. Não cabe ao discurso ideológico conceituado a partir da Teoria da escolha racional o epíteto de manipulador, ele é flexível na medida em que visa ir ao encontro da concepção de boa sociedade da maior parte possível dos votantes, porém ele se desenvolve a partir de escolhas políticas reais do sujeito e de sua posição na sociedade, o que lhe dá uma certa estabilidade e segmentação (especialmente em regimes multipartidários).

A atualização da Teoria da escolha racional por outro lado nos leva a crer que as retrospectivas e as projeções de futuros governos são tomadas em consideração, talvez ainda mais do que outras fontes ou atalhos cognitivos. Desse modo os partidos são levados a sustentar avaliações positivas de seus governos e desconstruir os balanços de outros sujeitos do processo político.

2.2 OS PARTIDO E A PROPAGANDA ELEITORAL

As diferentes definições de partido, de acordo com Nicolau (1996) podem ser agrupadas em dois tipos, uma ampla e outra restrita. Essas perspectivas amplas têm em vista uma grande gama de fenômenos partidários – como as organizações partidárias de sociedades democráticas, partidos únicos em regimes politicamente fechados, organizações de caráter militante que agem à margem do sistema – e uma diversidade de práticas políticas que visam o poder – a concorrência eleitoral, a ação governamental que restringe ou suspende a competição eleitoral e o uso da

força. “Assim, os partidos possuiriam três estratégias para atingir seus objetivos: competitivas, restritivas e subversivas” (NICOLAU 1996, p.9).

Os pesquisadores que adotam a acepção ampla recorrem ao argumento de que a definição em torno da competição eleitoral restringe uma teoria geral dos partidos; já para os estudiosos que recorrem à definição restrita, entre todas as possibilidades de organizações elencadas, a definição ampla levaria a perda de possibilidades analíticas. Nossa opção pela definição restrita deve ser esclarecida em torno da iniciativa de discutir a atuação partidária em eleições.

Entre as versões da definição restrita de partido político, situam-se as que se preocupam exclusivamente com as estratégias competitivas, é o caso da definição proposta por Downs (1999 [1957]): “Um partido político é uma equipe de homens que buscam controlar o aparato de governo, obtendo cargos numa eleição devidamente constituída” (Downs, 1999:47).

Esse ponto de vista acerca dos partidos, como concebido por Downs, é alvo do exame de Sartori (1982). Para o autor essa perspectiva carrega diversas limitações. Os fatos desmentiriam a caracterização dos partidos apenas como maximizadores de votos e por outro lado supor que essa meta de obter votos converte os partidos em equipes coesas é no mínimo questionável. Porém o mesmo autor confronta a definição elaborada por ele – partidos definidos como grupos capazes de apresentar candidatos a eleições para cargos públicos - e chega a conclusão de que embora limitada (a momentos eleitorais de massa) a definição de Downs não se confronta com a sua categorização:

Não obstante, se a pergunta “pelo que competem os partidos?” é formulada, parece-me bastante natural responder: em geral, pelos votos – pois minha definição implica que os partidos deixam de ser partidos (embora possam sobreviver como movimentos, associações políticas ou grupos de pressão) quando não conseguem votos. Isso não significa que os partidos competem apenas por votos, ou que os votos são um fim em si mesmos. Os votos são um meio de permanecer no mercado e um meio de impor políticas. Portanto, partidos não formulam necessariamente políticas a fim de ganhar eleições; não obstante pode-se afirmar que, nas eleições, os partidos são maximizadores de votos. Da mesma forma, é contrária aos fatos a suposição de que os partidos sejam equipes unificadas, e, não obstante, há sentido em se afirmar que, nas eleições, até mesmo os partidos sujeitos a múltiplas atrações e com muitas facções tendem a se comportar como equipes. (Sartori, 1982, p.357).

A conclusão que se impõe da leitura de Sartori (1982) é a de que a teoria democrática de Downs está vinculada essencialmente a uma teoria das eleições. E

de que mesmo que haja uma restrição a concepção de partido proposta pela teoria da escolha racional ela é operacional.

Em estudo sobre o sistema partidário brasileiro, Nicolau (1996) apontou algumas especificidades do federalismo partidário nacional. Uma das conclusões a qual chegou o autor aponta para a influência do federalismo e para o fato de que mesmo partidos fortes são fracos em alguns estados e, portanto eles seriam estimulados a celebrar coligações eleitorais de seu interesse (Nicolau, 1996:80). Mesmo que seu trabalho se detenha em eleições de caráter proporcional, a reflexão é profícua como ponto de partida para compreender o PMDB e a situação nos estados. Na página seguinte o autor postula:

Existem evidências acerca do deslocamento do sistema partidário nacional dos sistemas partidários estaduais. Esse distanciamento aparece em três níveis: ideológico, eleitoral e organizacional. O distanciamento ideológico refere-se ao posicionamento dos partidos no eixo direita - esquerda. A existência de divisões políticas específicas nos estados (conflitos familiares ou pró/antilideranças) e os diferentes posicionamentos das seções estaduais dos partidos no eixo direita - esquerda produzem alinhamentos ideológicos diferenciados nas diversas unidades da Federação. (...) Os diferentes ritmos de organização e de desempenho eleitoral fazem com que os partidos sejam mais fracos em alguns estados e mais fortes em outros; e como consequência produzem diferentes configurações dos sistemas partidários estaduais. (NICOLAU, 1996, p.81)

As posições de Kinzo (1994) em *Radiografia do quadro partidário brasileiro* forneceram algumas evidências das questões tratadas acima. Para ela os partidos brasileiros têm um baixo grau de institucionalização constatável na escassez de informações sobre suas próprias estruturas organizativas ao longo do país. Para ela, a legislação que obriga os partidos a se estenderem pelo imenso território nacional cria dificuldades em estabelecer uma estrutura de organização partidária em efetiva Inter-relação nos seus diversos níveis. A respeito das posições ideológicas a autora nutre visão diferente:

Apesar da incipiência da maioria dos partidos brasileiros e da instabilidade e volubilidade do quadro partidário, é possível identificar perfis Políticos - ideológicos diferenciados, expressos numa gradação de posições partidárias definidas no espectro político ideológico. Num país de tão vasta extensão territorial e tamanha heterogeneidade, e, mais ainda, marcado por sucessivas intervenções autoritárias na vida partidária, essa diferenciação é um dado relevante (Kinzo, 1994, p.96).

Reverendo muitos argumentos de Kinzo, Braga (2006) aponta uma estrutura de competição estável do sistema partidário brasileiro como chave para a compreensão das diferenças entre os padrões de funcionamento político-partidários do Brasil (Braga, 2006). Para a autora há uma tendência a concentração do poder em um reduzido número de partidos de perfis diferenciados e relevantes na arena eleitoral e parlamentar, essas agremiações seriam cada vez mais nacionalizadas e com maior homogeneização e congruência em suas votações (Braga, 2006)

As condições político-institucionais que motivaram a formação do sistema partidário brasileiro recente possibilitaram a entrada na disputa política de partidos com perfis diferenciados, quer em termos programático-ideológicos quer em termos dos recursos políticos e organizacionais, o que por sua vez, redundou no surgimento de uma estrutura de competição nacional, relativamente estável, inicialmente concentrada. A continuidade dessa estrutura de competição fechada se deve muito as estratégias dos partidos identificados com o campo da direita e do centro já estabelecidos. Dessa maneira a estrutura de competição foi razoavelmente previsível em boa parte do período analisado, o que foi resultado das distâncias que separavam os partidos relevantes ao longo de qualquer uma das diversas dimensões de competição. (Braga, 2006, p.57)

A autora nota que a história recente de redemocratização dos partidos na disputa política, por um lado favoreceu as agremiações dotadas de recursos políticos e organizacionais já constituídas, o que manteve a estrutura de competição relativamente fechada e previsível. Entretanto Braga não deixa de salientar que tais partidos se identificam com o campo da direita e do centro, fato que deixa em aberto condições político-institucionais para partidos novos de perfis político ideológico distintos.

As reflexões acima apontam para o possível surgimento de estratégias partidárias de fortalecimento das legendas junto ao público. Em busca de como detectar essas iniciativas em meio a comunicação política, Albuquerque e Dias colocam essas questões contextualizando-as para o Brasil. De modo muito frutífero, os autores analisam a campanha eleitoral de 2002 em busca de *traços particulares que caracterizam as campanhas nacionais e regionais dos partidos* (Albuquerque e Dias, 2002). Ao examinar o histórico do voto brasileiro eles concluem que o mesmo nunca se deu de acordo com uma orientação partidária, o que seria uma exceção ao argumento de Bernard Manin acerca da democracia de público⁵. Albuquerque e Dias

⁵ A argumentação de Bernard Manin em *As metamorfoses do governo representativo* examina a usual afirmação de que as democracias representativas estariam em crise. Para o autor a crise seria das democracias

descaracterizam o que eles nomeiam *modelo de substituição*, de acordo como qual haveria uma relação de causa entre o surgimento dos meios de comunicação de massa e o declínio dos partidos como organizações representativas. Para Albuquerque (2005) há duas versões desse argumento, um pretendo sucesso dos meios de comunicações e dos profissionais de marketing político, mais eficientes do que os partidos ao representar os interesses dos eleitores. A outra vertente do argumento identifica nos meios de comunicação e na profissionalização das campanhas um declínio na qualidade da política. Ambas professariam uma relação estreita entre esses dois fenômenos, o declínio da representatividade dos partidos seria função dos novos meios de comunicação e das novas práticas de campanha. Ao defender ponto de vista diverso, os autores destacam o histórico do Partido dos Trabalhadores e sua estratégia de *valorização da legenda partidária*.

Esse diferencial de performance registrado pelo PT nos levou a investigar outros indícios que confirmem o sucesso de sua estratégia coletivista, demonstrando que, contrariamente ao “argumento da substituição”, acima desenvolvido, é possível que outros partidos venham a assumir uma postura pragmaticamente orientada para a valorização da própria legenda. (Albuquerque e Dias, 2002, p.11)

Os autores ainda destacam o êxito na construção da imagem do partido junto ao eleitorado. Também destacam o fortalecimento de sete grandes legendas e o declínio do número de partidos como indício do fortalecimento do sistema no regime representativo brasileiro. Finalmente Albuquerque e Dias se colocam a pergunta sobre impacto do HGPE e da Televisão para o sistema partidário do Brasil; o que ao contrário das expectativas correntes parece fortalecer os partidos. Os argumentos dão conta de que o modelo da propaganda eleitoral gratuita, ao vincular o tempo de transmissão aos partidos contrabalança a tendência individualista em torno dos candidatos e da competição intra-partidária. Essa posse do partido aumenta a gama

baseadas em partidos uma vez que: A personalidade dos candidatos parece ser fator essencial para explicar variações. Há uma tendência a personalização do voto, a um afastamento do comportamento partidário tradicional, o que sugere uma crise de representação. O que ocorre realmente é uma aproximação com o antigo modelo de democracia inglês, o parlamentar. Nessa forma de representação fatores pessoais são os motivadores da escolha dos representantes. Veja-se exemplo de democracias presidencialistas onde o cargo majoritário do presidente é centro das eleições. Também há paralelo em democracias parlamentaristas onde líder de partido concentra a campanha. A nova situação tem duas causas: (1) os canais de comunicação são os novos mediadores entre eleitor e candidato dispensando rede de relações partidárias. (2) Os melhores candidatos são “comunicadores” que dominam as técnicas da mídia. Há uma mudança na elite selecionada, o novo reinado do comunicador.

de possibilidade estratégicas de ocupação do espaço mediático, como: *adotar divisão igualitária do tempo entre os candidatos*, distribuir o espaço entre facções predominantes em detrimento de facções dissidentes, privilegiar os *puxadores de voto*, investir no voto de legenda e na construção da imagem partidária, entre outras possíveis. (Albuquerque e Dias, 2002, p.11). Cabe ressaltar que os autores não afastam a constatação do personalismo presente na política nacional, eles apenas somam a essa constatação a hipótese de que o formato institucional da propaganda eleitoral tenha o efeito de enfraquecer a propalada substituição dos partidos pelos meios de comunicação de massa na formação das preferências.

2.3 O PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO

Entre as escolhas possíveis justifica-se examinar a retórica referente ao PMDB por dois motivos relevantes, um dele já foi mencionado e diz respeito prioritariamente ao cenário de reeleição do mesmo partido nos dois estados. Além do contexto político nos estados é necessário ressaltar o crescimento do partido na região sul do país. Luciana Veiga, compara os dados das rodadas de 2002 e 2006 da pesquisa ESEB no que se refere à avaliação dos partidos e da identidade partidária. O artigo se concentra na análise das *mudanças e continuidades na identidade partidária*, bem como na avaliação partidária dos eleitores após o primeiro mandato presidencial do PT. Veiga também examina como o eleitor avaliou a consolidação das imagens partidárias do PT e do PMDB na situação, assim como o desempenho do PSDB e do DEM na oposição.

A autora parte da concepção de identidade partidária proposta por Fiorina e alinhada a Downs e aos teóricos da escolha racional. Segundo essa perspectiva os partidos proporcionam atalhos para o acesso a informação e o conhecimento político. As identidades partidárias funcionariam, portanto como trilhas já abertas que facilitariam a tomada de decisões políticas e de opiniões. Por se tratarem de facilitadores para uma tomada de decisões que maximizam o aproveitamento pessoal referente a essas posições e escolhas, as preferências partidárias adviriam além do processo de socialização, também de raciocínios e cálculos lógicos que levariam o eleitor a mudanças em sua identidade partidária.

Veiga chega a conclusões que reafirmam a perspectiva da teoria da escolha racional acerca da identidade partidária. Ela encontra um alto nível de correspondência entre avaliar bem o governo em curso e o crescimento no índice de identidade partidária daqueles partidos de situação. Assim como respectivamente avaliar mal o governo em curso e optar pelos partidos de oposição. No que se refere ao PMDB em especial, há indícios que justificam nossa abordagem.

O PMDB, segundo partido a obter maior número de simpatizantes, também experimentou significativas mudanças no perfil dos eleitores que se identificam com a legenda. De 2002 a 2006, nota-se o aumento da escolaridade e da renda familiar entre os eleitores com identidade com o partido de Ulysses Guimarães. Em termos regionais, os dados apontam para o enfraquecimento da legenda no Nordeste e para o seu fortalecimento no Sul do país. Essa região e o sudeste seriam agora os redutos do PMDB. Já no que se refere a ideologia, nota-se uma maior proximidade com a esquerda entre os eleitores peemedebistas. Em 2002, o ponto médio da classificação do eleitor por ele mesmo na escala ideológica era 8,3, passando para o ponto médio de 6,3 em 2006. Ao que tudo indica, PT e PMDB parecem trilhar pelo mesmo caminho, mas em sentidos opostos. (Veiga, 2007, p.363)

Nossa abordagem das estratégias retóricas na comunicação eleitoral do partido que se expandiu na região Sul nas eleições de 2002 e 2006, busca examinar duas dimensões da comunicação na competição eleitoral. Um eixo aborda uma variável circunstancial e pragmática da retórica. Outro eixo cobre a dimensão ideológica no espectro *esquerda-direita* durante a campanha.

3 O CONTEXTO DA DISPUTA

3.1 A FORMAÇÃO HISTÓRICA DO PMDB NACIONAL

Forjado a partir do Ato Institucional número dois, o MDB abrigou inicialmente as diferentes correntes oposicionistas ao regime militar de 1964. Por meio do AI-2 o general Castelo Branco, instituiu partidos provisórios através de cláusulas de barreira que precisava de um número mínimo de 120 deputados e 20 senadores para a fundação. Foram criados a ARENA e o MDB. Inicialmente o MDB teve imensa dificuldade em se consolidar, porém nas eleições de 1974, o partido obteve a maioria dos senadores e um número expressivo de deputados. Em 1976, mesmo com restrições impostas pelo governo o MDB continuou a eleger vários deputados e seis governadores em estados onde já era maioria nas assembleias (FLEISCHER, 1980). Novamente sob o governo do General João Figueiredo mudam as regras do jogo e é instituído um novo realinhamento partidário que extingue a ARENA e o MDB, e dá origem a um regime pluripartidário. Isso em razão das crises econômicas e sociais que faziam antever um MDB cada vez mais fortalecido, um “partido de massas”. Em 1979 o bipartidarismo foi extinto e deu origem a um regime partidário de cinco agremiações, entre elas o PDS, herdeiro da ARENA e o PMDB, herdeiro do MDB. Após a dissolução forçada do PP, que tinha entre suas lideranças Tancredo Neves, o novo PMDB, passou a ter um efetivo de deputados parecido com o que tinha o ex-MDB. A nova configuração do regime político voltava a ter uma cara antiga, pois o multipartidarismo tornava-se cada vez mais polarizado entre governo (PDS) e uma oposição orbitando no PMDB (KINZO, 1996).

As eleições presidenciais indiretas após o golpe de 1964, a cargo do Colégio Eleitoral viram naquele ano uma cisão no principal partido governista. Em 1984 algumas figuras de peso do PDS advogaram a tese de uma eleição interna no partido a fim de decidir o futuro candidato a presidência. O grupo majoritário no PDS resolveu indicar, por meio de articulações o ex-governador Paulo Maluf. Em função desse fato o PDS sofreu uma cisão e migraram para o PMDB, alguns de seus membros entre eles o então senador José Sarney. Em função disso o PMDB indicou a chapa composta por Tancredo Neves e José Sarney como vice. Essa movimentação sucedeu o Movimento das “Diretas já”, no primeiro semestre de 1984.

Essa campanha pelo voto direto para presidente foi uma mobilização nacional pela aprovação da emenda Dante de Oliveira, que marcava as eleições presidenciais para novembro de 1984. O início de 1985 fora tumultuado, a eleição de Tancredo e logo após sua morte, a posse de José Sarney e a criação do PFL marcariam aquele conturbado momento. Mesmo nesse cenário o PMDB havia acumulado a presidência das duas casas legislativas e a presidência (FLEISCHER, 2007)

O PMDB se tornaria hegemônico na Assembléia Nacional Constituinte de 1987-1988 e ainda elegeria 22 dos 23 governadores. O declínio do partido, no entanto foi rápido, um bloco suprapartidário (Centrão) tomaria o rumo dos trabalhos na ANC em dezembro de 1987 e ainda haveria um cisão da ala social democrata do PMDB, dando origem ao PSDB. Nas eleições presidenciais de 1989, os dois pequenos partidos com a retórica mais contundente contra o governo de José Sarney iriam para o segundo turno das eleições. O PMDB, através da candidatura de Ulysses Guimarães, obterá a sétima posição, com menos de cinco por cento da votação. As eleições presidenciais de 1994, tiveram o candidato Orestes Quêrcia do PMDB, escolhido em convenção nacional, na prévia ele derrotou o senador Sarney e o governador Roberto Requião (PR). Nesse ano o PSDB levaria a presidência o ministro da Fazenda responsável pelo plano Real, ainda no primeiro turno. As eleições municipais de 1996 veriam ainda uma diminuição de 29 para 16 nas conquistas das prefeituras das cem maiores cidades brasileiras ocupadas pelo PMDB.

As eleições presidenciais de 1998 teriam a novidade da reeleição para os cargos majoritários. Fernando Henrique Cardoso foi reeleito e seu principal aliado, o PFL, ainda elegeria a maior bancada do congresso (105 deputados). O PMDB naquele ano encolheria de 107 para 83 deputados. Nos mandatos de FHC, 1995-2001 o PMDB e o PFL se alternaram na presidência da Câmara Federal e do Senado, sendo a principal base aliada do presidente. (FLEISCHER, 2007).

Em 2002 um escândalo político derrubou a pré-candidatura de Roseana Sarney (PFL) a presidência. Irritado com a situação o PFL retira-se do governo de FHC e resolve não lançar candidatura própria, tampouco compor qualquer coligação presidencial naquele ano. O PMDB, mesmo após diversas disputas internas resolve se coligar ao PSDB, indicando a deputada Rita Camata (ES) como vice na chapa de José Serra. Mesmo com a recente imposição da verticalização das coligações para presidente e governador imposta pelo Tribunal Superior Eleitoral, diversas sessões

regionais do PMDB resolveram apoiar informalmente a candidatura de Lula. Naquele mesmo ano o PMDB reelegeria os governadores de Pernambuco e Distrito Federal. O partido ainda elegeria os três governadores da região sul. Embora a sua bancada no congresso sofresse com repetidas reduções, agora contava com 74 deputados. O PMDB comporia a bancada governista em 2003. As eleições municipais de 2004 reduziram o número de prefeitos do PMDB mais uma vez.

O pleito de 2006 foi mais uma vez marcado pela verticalização das coligações e o PMDB, resolveu liberar seus diretórios para apoiarem informalmente as candidaturas de sua preferência, portanto não compôs coligação nacional. Naquele ano, embora pertencesse a base parlamentar do governo, não participou formalmente da reeleição de Lula.

3.2 O CENARIO RIO GRANDENSE

O Rio Grande do Sul tem um padrão *sui generis* na política brasileira. Ao período estadonovista de Getúlio Vargas segue-se um multipartidário de 1945-1965 que reflete essa tendência polarizadora, de um lado o partido que fora criação de Getúlio Vargas, o PTB, de outro uma espécie de coligação anti-PTB (PSD, PL e a UDN). Os colégios eleitorais se definiam em função de uma área urbana que congregava Porto Alegre e região e que votava predominantemente no PTB, por outro lado a oposição se concentrava no resto das comunidades estancieiras ao Norte e a Oeste da capital do estado. Conforme estipula Trindade e Noll (1991):

A confrontação PTB/ant-iPTB do pós-45, fugindo ao padrão brasileiro dominante, em grande medida, é a reprodução no interior do sistema multipartidário da polarização pré-existente, cuja origem histórica configurou-se no estuário da Revolução dos farrapos, definindo o processo de estruturação das opções políticas regionais (Trindade e Noll, 1991, p.68)

O período político que coincide com o regime militar, pareceu ser no Rio Grande do Sul uma mudança menos radical do que no resto do país. Ali onde havia uma tradição de polarização política, a implementação do bipartidarismo e a criação da Arena e do MDB permitiu que os novos partidos se adequassem mais naturalmente ao cenário pré-existente. Como afirmam Xausa e Ferraz (1981):

A extinção dos partidos imposta pelo AI-2, afora o esperado impacto sentimental, não trouxe ao estado seguramente nenhuma alteração de relevância nos alinhamentos políticos já existentes. Ao contrário da maioria dos demais estados, onde a ARENA e o MDB aglomeraram grupos artificiais ou heterogêneos, no Rio Grande serviram apenas para confirmar e oficializar arregimentação já fixadas firmemente nas eleições de 1962, e que em 1966 foram substancialmente as mesmas, como seriam de resto sem a extinção dos partidos. (XAUSA e FERRAZ, 1991, p. 184)

As afirmações de Xausa e Ferraz encontram confirmação e Trindade e Noll (1991) que vêem uma continuidade entre os municípios comandados pelo antigo PTB e o MDB, ainda que haja uma desarticulação da oposição nesse período e um crescimento da ARENA. No período multipartidário 1979-1986 essa continuidade também pode ser observada para o PMDB e o PDT que conseguem manter o padrão anterior de votação do PTB. Em 1986 o PMDB gaúcho acompanha a tendência de crescimento nacional do partido e elege para o governo do estado Pedro Simon, esse crescimento toma em parte o espaço do PDT de Leonel Brizola. Os dois partidos de tradição trabalhista se revezariam na ocupação desse espaço político. Desse modo configura-se na década de 80 um tripartidarismo polarizado que coaduna de um lado da tradição o PMDB e o PDT, e de outro o PDS. Um padrão muito importante para entender a política gaúcha é levantado pelos autores que observam uma rigorosa série histórica de alternância no poder (1947-1986) entre as originais correntes polarizada descritas como PTB/ anti-PTB. Essa alternância segue a polarização descrita até então que também vigora após a transição, ela segue alternando no regime bipartidário (1965-1974) MDB e ARENA e no período multipartidário (1974-1986) PDS e PMDB/PDT.

Naquele momento o espectro ideológico no Rio Grande do Sul se tornava mais complexo. O centro integrado até então exclusivamente pelo PMDB, teve nas eleições seguintes o PTB⁶ e o PSDB. A direita a partir da eleição de 1986, teve além do PDS, então único nessa posição, o PFL (fruto de uma divisão do PDS). Mais tarde, nas eleições de 1990 e de 1994 o PL, PRN e outros micropartidos. Na esquerda em 1982 concorriam dois partidos no Rio Grande do Sul, o PDT e o PT. Nas eleições seguintes surgiram partidos que, porém não conseguiram representação na câmara ou na assembleia, PSB, PCB e PC do B. Em 1994

⁶ Após a anistia a legenda foi alvo de disputa judicial entre os brizolistas e a sobrinha de Getúlio Vargas, a ex-deputada Ivete Vargas; a partir da decisão do TSE foi fundado o PDT de Leonel Brizola e refundado o PTB, agora muito diferente do legado varguista e que demorou duas eleições para conseguir espaço na Assembleia Legislativa Gaúcha

concorreram o PPS (novo nome do PCB), PSTU e o PV, que não elegeram representação, além do PC do B, PSB, PDT e PT. (Lima Junior, 1997)

No ano de 1982 as coligações foram proibida por lei. Em 1990 houve uma coligação dos partidos de direita PDS, PFL, PL e PRN e duas coligações de esquerda PT, PSB e PCB na outra coligação o PDT e o PC do B uniram-se ao PSDB. Nas eleições de 1994 o PMDB e o PSDB celebraram coligação e se aproximaram de modo diverso do cenário nacional, no qual o PMDB e o PSDB tinham candidatos próprios. A coligação de direita era composta pelos pelo PPR (ex PDS) e os partidos de esquerda unificaram-se em torno da candidatura de Lula do PT, PSB, PC do B, PPS, PSTU e PV, com exceção do PDT, que se coligava então com o PMN e o PP. No Rio Grande do Sul a eleição estadual majoritária de 1990 foi ganha por Alceu Collares (PDT), tendo o candidato do PDS, Nelson Marchezan disputado o segundo turno. Em 1994 o PMDB elegeu o governo estadual, Antônio Britto, que obteve mais votos que Olívio Dutra do PT.

A eleição geral de 1998 se mostrou muito polarizada entre PMDB – e uma coligação de centro/ direita [PPB](#), [PRP](#), [PSDB](#), [PSD](#), [PSC](#), [PL](#), [PFL](#), [PSL](#), [PTB](#) – que disputava a reeleição de Antônio Britto e o PT – coligados ao [PC do B](#), [PSB](#), [PCB](#) – de Olívio Dutra. Olívio Dutra venceu a eleição em segundo turno. Nas eleições seguintes o governador eleito seria um candidato do PMDB, Germano Rigotto – coligado ao PSDB – derrotando o governador Olívio Dutra do PT –aliança formal com PCB, PMN e PC do B.

Vimos ao longo dessa narrativa como o estado do Rio Grande do Sul carrega algumas características diversas. Primeiro uma polarização ideológica tradicional entre partidos de esquerda e de direita. A tradição do estado também alterna esses dois pólos a cada eleição, tanto que desde 1998 (quando passou a haver essa instituição da reeleição na política brasileira) não houve governador reeleito naquele estado. Atualmente os principais adversários no Rio Grande do Sul são o PT (a esquerda), o PMDB e o PSDB (que dividem as posições à centro direita). Essa política polarizada não deixa que se gere a união entre o PT e o PMDB, que em algumas instâncias e estados já existiu ou existe. A anterior aliança entre PMDB e PSDB se desfez justamente com a candidatura de Yeda Crusius do PSDB, que disputou o governo do estado contra Germano Rigotto (PMDB).

3.3 O CENARIO PARANAENSE

O estado do Paraná foi dominado durante o período democrático posterior ao Estado Novo pelo grupo de Moysés Lupion (PSD). Essa coligação de força se encontrou hegemônica por muitos anos e congregava os principais partidos nacionais (PSD, PTB e UDN). Quando o regime militar decretou o bipartidarismo o grupo de Lupion, um político à frente do PSD e do PTB e o grande líder populista do Paraná, não aderiu ao MDB, mas sim a ARENA, atendendo aos interesses das principais elites econômicas do estado.

No Paraná o principal reduto eleitoral e político do MDB e da oposição foi a região norte. De colonização tardia, essa região teve um forte impulso econômico com as lavouras de café e o solo de larga produtividade. Em seus primeiros momentos Londrina, Maringá e região tiveram como principal vínculo o Estado de São Paulo pela ferrovia Sorocabana. Foi apenas na década de 1940 que foi concluída a primeira estrada que ligava o Norte a capital, mas essa via ainda era muito precária. Quando ocupou governo de 1960 Moysés Lupion construiu a estrada do café, uma via de acesso definitiva. Esse isolamento entre o Norte e a capital gerou naquela região um oposição sistemática e histórica em relação as escolhas e grupos políticos de Curitiba. Nas eleições de 1966, o MDB elegeu oito deputados estaduais e cinco deputados federais. Porém a vitoriosa no pleito foi a ARENA, que elegeu Ney Braga para o senado, além do novo governador, Paulo Cruz Pimentel.

Nas eleições de 1978 o MDB obteve votação expressiva no Paraná, acompanhando a onda de crescimento do partido. Esse crescimento veio também em razão do acirramento do discurso crítico em relação a ditadura, adotado já em 1974. Em 1974 e 1978 o partido elegeria dois senadores e um número de deputados estaduais e federais parecido com os da ARENA (Carvalho Junior, 2006).

A pergunta colocada por Carvalho (2006) sobre a possibilidade de um denominador comum entre o MDB nacional e o MDB paranaense entre 1966 e 1978 nos dá um importante ponto de referência para entender o partido no Paraná:

Os militares, segundo Paulo Roberto Motta, forçaram a criação de um bipartidarismo justamente com o intuito de condensar em um dos partidos todos os interesses das classes dominantes do país, nitidamente conservadora, e na “oposição de faixada” um pequeno, e inexpressivo, grupo que, desse modo, projetaria no cenário político internacional a falsa noção de um Brasil edificado sobre a democracia, pois essa estrutura política em vigência legitimaria os militares e as elites civis no poder. O

Paraná comprova essa assertiva pois os principais políticos da Arena oscilaram entre cargos eletivos e cargos da estrutura burocrática estatal, como foi o caso do ex- Governador Ney Braga, que, antes de eleger-se Senador, ocupou o cargo de Ministro da Agricultura no governo Castelo Branco e, depois de passar pelo Senado, foi Ministro da Educação e Cultura de Geisel. Uma opulenta estrutura ofertada pelo governo permitiu à Arena os ótimos desempenhos obtidos no Paraná, principalmente nas eleições para Deputado Estadual, que refletiram o voto regionalizado e o clientelismo das bases políticas. (Carvalho Júnior, 2006, p. 89)

Os avanços do MDB no bipartidarismo se devem, de acordo com o autor, ao processo de urbanização da sociedade brasileira e ao processo similar de industrialização. O MDB teria conseguido traduzir os anseios desses novos segmentos populares e recebeu apoio dessas camadas de trabalhadores urbanos. Isso de certo modo coincide com o processo nacional que viveu o MDB nesse período, inclusive no Rio Grande do Sul onde o partido, herdeiro do eleitorado trabalhista urbano do PTB, teve uma trajetória similar.

Mesmo com a reestruturação partidária imposta pelo governo em 1979 o PMDB não cessou sua ascendência no estado. O partido que reunia a oposição paranaense elegeu José Richa (PMDB) em 1982, contra Saul Raiz, escolhido como sucessor de Ney Braga, ambos ligados ao regime federal. Sucederam-se três governos de orientação mais democrática, além de Richa, Álvaro Dias em 1988 e Roberto Requião em 1991, todos do PMDB. Houve de acordo com Nazzari (2005) um forte desejo da população, de romper com o regime militar:

O sucesso do PMDB na conquista sucessiva das três últimas eleições no Estado (a começar com a de José Richa) deve-se, primeiramente, ao desejo da sociedade de romper com o regime militar. Esses criaram no Paraná uma base partidária forte e coesa, que lhes garantiu a hegemonia não só para o executivo estadual, mas para as prefeituras e legislativos locais. (Nazzari, 2005, p. 101)

Alguns fatores portanto caracterizam a sociedade e a política partidária no Paraná. As estruturas sociais inicialmente agrárias, de uma pluralidade cultural que foi conseqüência dos diversos movimentos migratórios desde o Império até a colonização do Sudoeste e do Norte. O arcabouço político herdado das oligarquias rurais, caracterizado pelo Estado centralizado, pelos conflitos latentes entre interior e capital (também reflexo da economia altamente concentrada) e pela mão forte que se acostumara a esmagar conflitos territoriais como o do contestado.

Interessante notar como se colocou a formação do PDT no Paraná. Aqui, mais do que em outras paragens o partido não foi o herdeiro da tradição populista do

PTB. Surgido de uma cisão no interior do PDS, que até então tinha sido o partido do governo, mais a direita no espectro ideológico, herdeiro da ARENA, o PFL era de certo modo o herdeiro desse capital político conservador. No Paraná a trajetória se deu de modo diverso. Aqui os políticos da ARENA e do PDS, em duas ondas (final dos anos 1970 e meados dos anos 1980), aderiram ao projeto do PDT, o que gerou um cenário diferentes para esses dois partidos, o PFL e o PDT. Como problematizam Cervi e Codato (2006);

Seu principal representante no estado, Jaime Lerner, participou da disputa em 1986 como candidato a vice-Governador, venceu a eleição para Prefeito de Curitiba em 1988 e a de Governador em 1994 sempre pela legenda do PDT. Durante todo esse período, o PFL ficou no ostracismo por falta de lideranças estaduais fortes e atuantes. Além de tudo, o PFL seria o único entre os grandes partidos a apresentar uma trajetória estadual distinta da trajetória nacional. O PMDB paranaense, por exemplo, seguiu a mesma direção que a agremiação em nível nacional. Nos anos 1980 e início dos 1990 foi o partido majoritário, tendo conseguido eleger três Governadores consecutivos, que administraram o estado entre 1982 e 1994. Em 1997, o Governador Jaime Lerner, depois de muitas negociações, inscreveu-se no Partido da Frente Liberal, dando um impulso formidável à estrutura da agremiação. (Cervi e Codato, 2006, p. 247)

Seguiram-se a eleição de Lerner em 1994, uma reeleição em 1998, sempre sob o signo de uma liderança tecnicista na cidade de Curitiba (da qual foi prefeito três vezes) e no governo do Estado. As eleições de 2002 foram marcadas pelo retorno do PMDB ao poder com Roberto Requião, em uma vitória sobre Álvaro Dias que havia ingressado recentemente no PDT, após uma trajetória no PSDB, e que depois das eleições faz movimento de retorno ao PSDB. Naquele período o Paraná experimentava algumas mobilizações populares para que a venda da COPEL, estatal da área de energia, não fosse realizada. As principais bandeiras de Requião, configuraram a defesa de uma posição a esquerda no espectro político, que para o governador, o “velho MDB de guerra” sempre sustentara. É com essa retórica de combate ao neoliberalismo (contra as privatizações, pela assistência social, pela luta contra os pedágios e as concessionárias) que o governador Roberto Requião seria eleito e reeleito em 2002 e 2006

4 ANÁLISE: IDEOLOGIA E ESTRUTURAÇÃO DA RETÓRICA

4.1 PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS: EIXOS ANALÍTICOS

4.1.1 O eixo de análise situação/oposição

A pesquisa que demos início tem por base uma abordagem já empreendida anteriormente na tese de Luís Ademir de Oliveira (2000) - que compara a estratégia retórica nas eleições de 2002, nas cidades de Belo Horizonte e Salvador - e no recente artigo publicado na revista *Opinião Pública*, de autoria de Veiga, Rosário e Cervi (2007) – trata-se de uma análise das estratégias retóricas na disputa pela prefeitura de São Paulo. Os dois trabalhos se inscrevem entre as pesquisas orientadas pela teoria da escolha racional:

No que diz respeito à “Teoria da Escolha Racional”, retoma-se a discussão sobre a racionalidade que permeia o jogo político a partir das contribuições de Downs (1999). (...) Destaca-se a importância da retórica no jogo político (...) mais especificamente os embates discursivos na televisão no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). A partir das discussões de vários teóricos e analistas políticos, é construído um modelo de análise do Horário Eleitoral, principalmente tomando como base o trabalho realizado no Instituto de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), bem como o artigo de base *Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias. Uma Proposta Metodológica para o Estudo da Propaganda Eleitoral*, de Figueiredo *et al.* (1998).” (OLIVEIRA, 2004: 21).

A mesma equipe composta por Veiga, Souza e Cervi (2005) já havia elaborado um trabalho com objetivo e metodologia análogas, para entender as diferentes estratégias discursivas do PT, quando concorreu às prefeituras de Curitiba e Porto Alegre no mesmo ano.

A fim de responder tais questões serão analisadas de maneira sistemática os discursos dos candidatos do PT e de seus adversários. A opção foi por adotar a metodologia proposta por Figueiredo *et alii* (1998) para o estudo da propaganda eleitoral. Na verdade, trata-se de uma adaptação de tal metodologia, na medida em que originalmente a mesma foi elaborada para a análise de spots eleitorais e neste trabalho foram analisados os programas eleitorais” (VEIGA, L.; SOUZA, N.; CERVI, E., 2005:3)

O procedimento empregado nas duas pesquisas, como já mencionado, foi elaborado no texto *Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias: Uma Proposta Metodológica para o Estudo da Propaganda Eleitoral*, de Marcus

Figueiredo, Alessandra Aldé, Heloisa Dias e Vladimyr L. Jorge (1998) e nos dará um encaminhamento metodológico para entendermos as eleições majoritárias nos estados. Os autores do estudo partem do pressuposto de que em eleições majoritárias, a disputa pelo poder político é vencida por quem consegue persuadir a maioria dos eleitores (Figueiredo *et alii*, 1998:151). Por essa razão, a estrutura das estratégias retóricas, sempre pode ser entendida como um constructo que busca uma avaliação do mundo atual e uma predição do mundo futuro. De acordo com os autores:

No debate eleitoral, os candidatos empregam uma retórica cuja argumentação é de natureza ficcional. Visando convencer os eleitores, todos constroem um mundo atual possível, igual ou um pouco diferente do mundo atual real, e com base neles projetam um novo e bom futuro possível. A estrutura dessa argumentação tem duas vertentes: 'o mundo atual está ruim, mas ficará bom' ou 'o mundo atual está bom e ficará ainda melhor'. A primeira vertente é típica da argumentação de oposição e a segunda da situação." (FIGUEIREDO, ALDÉ, DIAS E JORGE 1998:152)

Esse é o eixo pragmático de análise, que ao fazer uso de variáveis circunstanciais terá por objetivo situar a estratégia de persuasão no eixo *situação – oposição*. De acordo com Figueiredo *et alii* (2000) em situações eleitorais as candidaturas adotam estratégias discursivas ficcionais que perpassam uma avaliação do atual governo, uma projeção do futuro mandato e incluem as formas de se alcançar as metas da campanha vitoriosa, além das garantias de que há naquela candidatura competência e vontade para atingir os objetivos estipulados. Essa mesma estrutura argumentativa é apresentada de forma diversa, de acordo com a posição do candidato frente ao atual governo. Nos casos onde ele é situação, a defesa do atual governo por meio de avaliações positivas, associadas à projeção de continuidade e melhoria na situação futura é o recurso usado. Quando o candidato é de oposição, a estratégia persuasiva busca desqualificar o atual governo e propor mudanças para que o mundo futuro seja bom. Uma vez que nas duas campanhas estava em jogo a reeleição dos governos estaduais em um cenário de disputa (também pela reeleição) da presidência nacional, a dimensão pragmática de análise será um ponto de leitura singular dessa realidade política.

Levar em consideração as posturas de situação e oposição compreende entender a estrutura retórica do jogo político. No anseio de obter votação, candidatos, líderes partidários e as instituições traçam estratégias de persuasão do eleitorado que se confrontam na campanha e tem a seguinte lógica: É uma disputa

pelo convencimento do eleitor onde todos os participantes desenvolvem comunicações ficcionais que perpassam uma avaliação do atual governo, uma projeção do futuro mandato e incluem as formas de se alcançar as metas da campanha vitoriosa, além das garantias de que há naquela candidatura capacidade e vontade de atingir os alvos divulgados na campanha. Essa mesma estrutura persuasiva é apresentada de forma distinta, conforme a posição do candidato frente ao governo. Quando ele é a situação, é forçoso avaliar o governo de modo positivo, atrelando a avaliação à projeção de continuidade e melhoria na situação. Como oposição, a estratégia persuasiva visa desqualificar o atual governo e propor mudanças para que o mundo futuro seja bom. O quadro retirado do texto de Figueiredo *et alii* (2000, p.154) sintetiza essa dinâmica de campanha:

Campanha	Mundos possíveis	
	Atual	Futuro
Situação	Bom	Melhor
Oposição	Ruim	Bom

Quadro 1 - Estrutura da Competição Retórica entre Campanhas Eleitorais
Fonte: Figueiredo *et al.*, 1998, p. 12.

No anseio de entender melhor a dinâmica de comunicação em momentos eleitorais, faremos a análise dessas dimensão explicativas *pragmática* associado a outro eixo de análise *ideológico*.

A metodologia empregada para a pesquisa tem alicerce na Teoria da Escolha racional. O argumento central parte do pressuposto que os indivíduos e organizações envolvidas no processo eleitoral são agentes racionais que identificam os fins almejados. Em nosso caso os candidatos, líderes partidários e as organizações buscam maximizar os votos para si, além do que pressupõem eleitores que tem por objetivo obter o maior número de benefícios possíveis ou mesmo afastar custos de informação desnecessários. Tendo por base o livro *Uma teoria econômica da Democracia* (1957) de Anthony Downs, surge a teoria econômica ou teoria da Escolha Racional. Para essa visão os sujeitos podem ser abordados na teoria política tendo por base a atitude associada pela teoria econômica aos consumidores, ou seja, eles agem de forma racional de modo a maximizar seus ganhos e reduzir os seus custos. Os eleitores buscam os ganhos advindos de ações governamentais e os políticos e partidos se inserem em competições eleitorais com vistas à maximização dos votos:

Racionalidade econômica também pode ser formalmente definida de outra maneira. Um homem racional é aquele que se comporta como se segue: 1) ele consegue sempre tomar uma decisão quando confrontado com uma gama de alternativas; 2) ele classifica todas as alternativas diante de si em ordem de preferência de tal modo que cada uma é ou preferida, ou indiferente, ou inferior a cada uma das outras; 3) seu *ranking* de preferência é transitivo; 4) ele sempre escolhe, dentre todas as alternativas possíveis, aquela que fica em primeiro lugar em seu *ranking* de preferência; e 5) ele sempre toma a mesma decisão toda vez que é confrontado com as mesmas alternativas. Todos aqueles que tomam decisão racionalmente no nosso modelo – inclusive partidos políticos, grupos de interesse e governo – mostram as mesmas qualidades” (Downs, 1999, p.28).

É de interesse verificar que a proposta dos mundos ficcionais de Figueiredo *et alii.* trava um intenso diálogo com a abordagem de William Riker acerca da campanha pela ratificação da constituição estadunidense. Riker desenvolve princípios gerais para estudar campanhas políticas tendo em vista necessidades de estudo das disputas eleitorais. Ao caracterizar as campanhas como momentos nos quais são impostas responsabilidades aos governantes pelas deliberações e ao mesmo tempo como o principal ponto de contato entre eleitores e populações acerca das políticas públicas o autor avalia que falta conhecimento sistematizado acerca das mesmas: Sobre o conteúdo da retórica (a principal característica das campanhas) e conseqüentemente de como as políticas são apresentadas, discutidas e decididas. (RIKER, 1996, p.4) Entendendo as campanhas como exercícios retóricos na tentativa de persuadir os eleitores a enxergarem os *issues* sob a ótica do interesse de quem a promove, o autor propõe a idéia de herestética para descrever a arte de moldar as situações de debate, de modo a forjar as modalidades de retórica entre as quais os atores políticos devem aderir obrigatoriamente. Afirma por esse conceito que vencem as disputas políticas os atores que saem à frente da situação estruturando as explicações e representações em debate (RIKER, 1996, p. 6).

Entre as contribuições de Riker ganha destaque o princípio dominante e o princípio de dispersão que estruturam a disputa persuasiva em campanha; de acordo com o princípio dominante se um dos lados domina os argumentos que giram em torno de determinado tema, o outro tende a abandonar aquele assunto. O princípio da dispersão compreende disputas em questões que nenhum dos lados dominará em volume de argumento, segue-se uma forte probabilidade de ambos abandonarem a questão. Por meio da idéia de herestética Riker analisa o modo pelo

qual os Federalistas controlam a agenda e assumem o controle da proposta constitucional.

4.1.2 EIXO DE ANÁLISE IDEOLOGIA

Trataremos doravante do eixo ideológico de análise que tem posturas que se colocam na escala *esquerda – direita*. Vale à pena ressaltar que Ideologias de direita ou de esquerda apresentam conteúdos relativamente diversos do que tradicionalmente vincularam. Esse novo tempo do discurso ideológico partidário caracteriza-se, como há muito já foi dito, pelo fim das utopias e por nublar a diferença entre as posições adversárias. O discurso da esquerda perdeu a ênfase na classe operária e a própria idéia de povo passou a abarcar diversos segmentos sociais. A motivação para as lutas da classe operária e para a vitória sobre a burguesia arrefeceram e a transformação social advinda dessa vitória sobre as classes exploradoras perdeu gradativamente a força de convencimento. O que se ouve atualmente é um discurso de incorporação dessas camadas populares a um universo de benefícios e confortos advindos da produção de riqueza pela economia de mercado. Ao passo que a incorporação de novas instâncias de participação política passaram a fazer parte do discurso de esquerda, não só um Estado menos centralizado, mas um Estado aberto a participação popular. Por sua vez a direita não extremista mudou o repertório de modo a reformular algumas bandeiras históricas, como a soberania nacional, a autoridade e o individualismo. A busca por abrandar as desigualdades sociais foi incorporada ao discurso da direita, porém os métodos previstos no discurso diferem da esquerda (o incentivo a livre iniciativa, a liberdade de mercado, a educação para o mercado de trabalho).

Seguindo a perspectiva empregada nas pesquisas de Oliveira (2005) e Veiga, Souza e Cervi (2007) três aspectos são imprescindíveis à análise das estratégias ideológicas: O ideal de igualdade, a intervenção do Estado na economia e o ideal de participação popular. O Recurso usado nessa parte da pesquisa é a análise da retórica de modo a perceber como a estratégia persuasiva se coloca frente a esses três aspectos.

As propostas acima listadas partem de revisões conceituais da variável ideologia empregadas para a análise política. Entre elas a de Singer (2002), que busca recuperar o componente ideológico nas análises do comportamento eleitoral. A tese de que a identificação ideológica é um dos componentes na orientação da campanha é desenvolvida ao longo da pesquisa:

Tal hipótese não foi testada no Brasil, país no qual um antigo preconceito quanto à capacidade do eleitor local de compreender o sentido das categorias ideológicas se somou às dúvidas suscitadas pelo debate internacional de 1950 e 1960. O que este livro se propõe a fazer é testar a hipótese de que a identificação ideológica seja um dos principais componentes da decisão do voto no Brasil, de modo a indicar se ela deve ou não ser incorporada à análise do comportamento eleitoral do brasileiro.” (SINGER, 2002:17).

Para testar a hipótese mencionada, o autor desenvolve uma pesquisa a partir das eleições presidenciais de 1989 e 1994, quando confirma que apesar de a identidade ideológica não ter sido a principal influência no resultado, ela foi um elemento relevante para investigar a disputa.

Apoiamos-nos em Singer (2002) com o objetivo de afirmar que as estratégias discursivas à esquerda têm por preceito a defesa de ideais de igualdade. Entretanto, ainda segundo Singer (2002), há no Brasil uma diferença substancial no significado das imagens associadas à esquerda e a direita: Ambas as posições são defensoras de bandeiras que gravitam em torno da igualdade – além da acentuada desigualdade social brasileira, André Singer atribuí esse posicionamento ao fato de que a renda entre os eleitores que se auto declaram à direita do espectro ideológico é mais baixa do que entre os eleitores à esquerda, e ao mesmo tempo os rendimentos são menores nos extremos ideológicos se comparados ao centro (Singer 2002:146). Desse contexto decorre que eleitores e candidatos posicionados à direita não são avessos às propostas de igualdade.

Deste modo a defesa da igualdade é uma conduta também esperada das campanhas situadas à direita e ao centro do espectro ideológico. O divisor de águas entre as diferentes posições ideológicas seria muito mais a forma como se espera de cada uma das partes, a promoção da igualdade social e a conseqüente mudança. Um governo a esquerda seria mais aberto à participação popular, de uma economia mais intervencionista e garantidora de direitos sociais (estatizante), já o governo situado à direita conduziria o Estado com mão forte de modo a garantir a ordem pública e seria adepto da abertura da economia (privatista). Tomamos a análise

dessa dimensão ideológica como um passo essencial na complexa tarefa de entender o jogo de persuasão das campanhas eleitorais em 2006.

A tese de doutorado de Albuquerque (1999) é um bom exemplo de análise de uma campanha (à presidência, em 1989) com forte viés ideológico protagonizada por Fernando Collor e Lula.

Sobre o estudo da dimensão ideológica e os critérios de igualdade contidos no discurso e na prática política, vale ainda enfatizar o livro de Bobbio (1995), *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política*. Acerca do debate sobre o fim das oposições antitéticas entre esquerda e direita Bobbio afirma:

Além do mais, como já foi diversas vezes demonstrado, não há nada mais ideológico do que a afirmação de que as ideologias estão em crise. E depois, *esquerda e direita* não indicam apenas ideologias. Reduzi-las a pura expressão do pensamento ideológico seria uma indevida simplificação. *Esquerda e direita* indicam programas contrapostos com relação a diversos problemas cuja solução pertence habitualmente à ação política, contrastes não só de idéias, mas também de interesses e de avaliações a respeito da direção a ser seguida pela sociedade e que não vejo como simplesmente desaparecer (Bobbio, 1995, p.51).

Gostaríamos de ressaltar, assim como na hipótese central da tese de Oliveira, que não consideramos tratar-se de díade a relação entre as dimensões pragmáticas e ideológicas de campanha. A estrutura retórica assim como descrita no jogo ficcional elaborado por Figueiredo *et alii.* ou nos princípios de domínio e dispersão de Riker precisam de conteúdo ideológico e de posicionamento frente ao cargo em disputa. É perfeitamente possível e necessário combinar forma e conteúdo nas comunicações de campanha, portanto partimos desse ponto de vista.

Grande parte da dificuldade em tratar o tema se origina da confluência (inerente ao fenômeno que tratamos) de duas esferas sociais distintas, a esfera política e a *mediática*. Ambas as frentes de pesquisa tendem a reforçar suas problemáticas em detrimento da outra. Como afirma Miguel (2002) os recortes teóricos da Ciência Política tendem a ignorar os meios de comunicação de massa ou tratá-los como meros transmissores dos discursos e informações, neutros e desse modo, negligenciáveis. Já os estudos na área de comunicação professam uma redução da política que teria sido englobada pela lógica dos meios de comunicação de massa, tornando-se exclusivamente espetáculo. Nossa pesquisa se coloca entre os que buscam formas mais precisas de abordar e compreender o problema, uma vez que a comunicação em sociedades de massa é um fenômeno altamente

complexo e o desenvolvimento das formas democráticas de política transpassa essa questão.

4.2 O EIXO SITUAÇÃO/OPOSIÇÃO

4.2.1 As estratégias retóricas de situação

A análise comparativa da campanha de 2006, em ambos os Estados deve partir do contexto de reeleição do PMDB para o governo do Paraná e do Rio Grande do Sul. As duas conjunturas se apresentavam de modo distinto. O governo de Roberto Requião tinha uma boa avaliação enquanto a avaliação do mandato de Germano Rigotto era mediana. A articulação entre o PMDB gaúcho e as candidaturas presidenciais era também diversa se comparada ao partido no Paraná. O governo gaúcho se posicionou contra o Partido dos Trabalhadores (um adversário histórico). Tampouco se colocou ao lado da candidatura de Geraldo Alckmin, pois desde então a candidata a governadora Yeda Crusius do PSDB era uma de suas principais adversárias locais, sucedeu o isolamento do candidato de situação.

De maneira diferente se encontrava a candidatura do PMDB de Roberto Requião em relação a candidatura nacional. O governador conseguiu articular de modo informal o apoio do candidato Lula do PT, mesmo esse tendo no Estado um concorrente ao governo de sua legenda, o senador Flávio Arns. Oficialmente não havia candidato do PMDB a presidência, porém em muitos estados o partido fez uma movimentação parecida com a do Paraná. Certamente a campanha contou em nível estadual com o reforço da campanha nacional, sem que houvesse uma composição oficial. Essa composição política provavelmente reforçou o argumento de situação, ou seja, quando há governos bem avaliados em diferentes esferas e a campanha pode aglutinar essas diferentes instâncias, o argumento de situação se torna mais efetivo e isso motiva a formação de alianças partidárias pragmáticas. No Paraná, embora houvesse a candidatura de Flávio Arns, as campanhas do PMDB e do PT não se chocaram, o que possibilitou ao governador Roberto Requião fortalecer sua retórica de situação. O exame da principal candidatura de oposição ao PMDB no Paraná, a campanha de Osmar Dias do PDT, corrobora essa hipótese.

Houve em diferentes momentos iniciativas para desconstruir essa vinculação entre a candidatura do PT nacional e do PMDB paranaense.

Nos números da categoria uso do cargo, o que se vê é uma retórica de situação fortemente vinculada ao candidato do PMDB paranaense, que conseguiu absorver um momento de avaliação positiva sem dividi-lo. É interessante notar como as duas candidaturas de reeleição empreenderam uma retórica associada a avaliação de governo e não se furtaram ao uso do currículo de governadores (no Paraná Requião citou sua posição em 94,2% dos segmentos e Rigotto fez menção ao seu cargo em 96,2% dos programas). Mais do que isso é interessante verificar que por associar a campanha diretamente a sua imagem ou a de seu governo, os dois candidatos não deixam espaço, no interior de suas campanhas, a táticas de desconstrução ou críticas ao adversário. Certamente por parte dos candidatos a reeleição essa foi uma campanha que se centrou na análise do governo e em uma projeção do próximo mandato.

TABELA 1 – USO DO CARGO, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato PR		Porcentagem	Candidato RS	Porcentagem
Osmar Dias	ausência	86,9	Francisco Turra	64,4
	presença	13,1		35,6
	Total	100,0		100,0
Flávio Arns	ausência	92,8	Olívio Dutra	64,0
	presença	7,2		36,0
	Total	100,0		100,0
Roberto Requião	ausência	5,8	Germano Rigotto	3,8
	presença	94,2		96,2
	Total	100,0		100,0
Rubens Bueno	ausência	85,3	Yeda Crusius	89,2
	presença	14,6		10,8
	Total	100,0		100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Nesse campo talvez o maior diferencial entre o PMDB nos dois estados seja a campanha de situação enfrentada pelo próprio partido da situação e empreendida por outras legendas. No Paraná o PT usou uma retórica branda nesse sentido, referindo-se ao cargo de senador de Flávio Arns, note-se, porém como Olívio Dutra (36% de uso do cargo contra 7,2% no Paraná) apelou mais ao recurso de associar-se ao governo nacional do qual foi ministro e ao próprio mandato de governador que

ocupou. Isso o fortaleceu como uma espécie de candidato da situação nacional e um candidato da oposição ao PMDB.

Essa estratégia pode corroborar a hipótese de que é possível aliar táticas de discurso pragmáticas a conteúdos ideológicos diversos. Como no caso de Rigotto (retórica de situação e centro direita) em comparação a Dutra (retórica de oposição e por vezes situação à esquerda do espectro ideológico).

De modo a enfraquecer o argumento de experiência da situação o candidato Olívio Dutra empreendeu uma retórica situacionista em nível nacional e uma retórica de oposição ao governo de Rigotto. Mais do que no Paraná, no cenário gaúcho a retórica de situação foi amplamente usada pelos adversários do PMDB de modo geral, esses sinalizaram experiências positivas em governos anteriores e como veremos, em outras esferas diversas. A exceção a essa tendência foi Yeda Crusius; mesmo que seu partido, o PSDB tenha participado do governo do PMDB entre 2003 e 2006, ela se furtou a associação ao governo em curso, isso porque buscava se descolar de Rigotto e da avaliação de seu governo. A candidata se deteve em sua trajetória acadêmica e no legislativo federal. Vemos, portanto como o PMDB no Rio Grande do Sul enfrentou mais resistência em seu próprio campo de batalha pela persuasão, a estrutura retórica de situação.

A Tabela 2 corrobora a afirmativa de que essa retórica de uso do cargo, quando empregada pelos adversários do PMDB nos dois estados, foi acompanhada de avaliações negativas do governo. Embora usassem uma argumentação típica de situação não deixavam de veicular uma imagem negativa do governo PMDB.

TABELA 2 – ASSOCIAÇÃO À ADMINISTRAÇÃO EM DISPUTA, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato RS		Porcentagem	Candidato PR	Porcentagem
Francisco Turra	Ausência	100,0	Osmar Dias	95,4
	Presença			4,6
Olívio Dutra	Ausência	94,1	Flávio Arns	99,4
	Presença	5,9		0,6
Germano Rigotto	Ausência	4,5	Roberto Requião	6,3
	Presença	95,5		93,7
Yeda Crusius	Ausência	100,0	Rubens Bueno	100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Nas campanhas de reeleição se confirma uma forte sintonia novamente em torno da estratégia de fortalecimento da imagem de governo. No entanto na retórica

de Roberto Requião é possível vislumbrar um movimento que, a nosso ver, busca deixar resquícios de uma imagem combativa em momentos históricos anteriores. No Paraná a vinculação à gestão de Requião só foi buscada pelo próprio candidato, o que demarcou fortemente as retóricas de situação e oposição naquela campanha. Nota-se que a construção da imagem de Osmar Dias fez uso de sua experiência como secretário no governo anterior. Desse modo a campanha o caracterizou como um opositor capaz de também ser governo (em 4,6% dos segmentos ele se vinculou a esfera estadual de governo). Como destacamos parece estranho que Requião venha a se desvincular do caráter governista em 6,3% dos segmentos; isso porque a construção da imagem do candidato faz referência a um passado de opositor a governos autoritários, quando o candidato trabalhava junto a assessoria jurídica de sindicatos em Curitiba. Essa projeção de Requião como uma tradicional opção de esquerda no Paraná marcou a campanha no estado, consideravelmente diferente da posição de Rigotto no espectro ideológico que não conseguiu ser uma alternativa única nesse ponto.

Finalmente entre as estratégias de situação, na variável associação à administração de outras esferas (tabela 3) é possível verificar o que dissemos anteriormente. O candidato do PMDB do Paraná ostenta várias parcerias com o governo Lula, e suas menções a programas federais e associações passam de 12%, enquanto o candidato do PMDB no Rio Grande do Sul faz algumas menções a prefeituras e ao governo federal, em 7,5% dos segmentos.

TABELA 3 – ASSOCIAÇÃO À ADMINISTRAÇÃO DE OUTRA ESFERA, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato PR		Porcentagem	Candidatos RS	Porcentagem
Osmar Dias	Ausência	89,6	Francisco Turra	70,0
	Presença	10,4		30,0
Flávio Arns	Ausência	70,0	Olívio Dutra	75,0
	Presença	30,0		25,0
Roberto Requião	Ausência	87,9	Germano Rigotto	92,5
	Presença	12,1		7,5
Rubens Bueno	Ausência	92,7	Yeda Crusius	92,8
	Presença	7,3		7,2

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Aqui é notável a divisão entre as duas frentes estaduais do PMDB do Sul do país. No Paraná ele busca a associação ao governo federal e fortalece a campanha

do PT a presidência, já o PMDB gaúcho busca a sua tradicional posição no polarizado espectro ideológico local, de adversário do partido dos trabalhadores. Essa leitura é potencializada quando se verifica a retórica mais fortemente oposicionista do PT no RS, se comparada a pouca desconstrução que o PMDB paranaense sofreu por parte do PT. Leve-se em consideração também que a vinculação entre o senador Flávio Arns e Lula foi essencialmente personalista, ela não se construiu entre o PT paranaense e o nacional. Como não buscou o vínculo institucional, deixou novamente em aberto essa conexão e possibilitou a Requião explorar a ligação entre as instâncias estadual e federal de governo.

No Rio Grande do Sul, a vinculação da candidatura de Olívio Dutra do PT gaúcho cultivou a relação de modo mais estreito ao PT nacional. Lá o PT trabalharia a dimensão do partido assiduamente e de modo diferenciado, se comparado ao PT paranaense. Esses números são importantes também para entender como no RS, o governo de Rigotto teve sua condição de situação dividida, o que provavelmente enfraqueceu a vantagem de incorporar as avaliações de um momento de entusiasmo do brasileiro de modo geral.

Os percentuais de endosso de lideranças políticas, descritos na tabela 4 devem ser vistos com relatividade. Essa variável não gera um indicativo pelo qual se possa comparar a ausência de endosso com a sua presença e concluir que houve pouca participação das lideranças políticas na campanha. O uso da retórica de situação e a comparação da presença de endosso entre os candidatos nos dois estados é um ponto de vista mais promissor da variável.

Roberto Requião traz do seu partido diferentes lideranças políticas em 3,2% dos segmentos, mesmo que esse número pareça pequeno ele é muito significativo. Primeiro porque se tratam de segmentos destacados da rotina dos programas, em que lideranças partidárias vêm dar seu voto de apoio direto ao candidato, no caso de Roberto Requião do PMDB isso também denota uma maior estreiteza entre a legenda nacional e a candidatura estadual. O PMDB gaúcho traz as lideranças políticas em 3,8% dos segmentos, no entanto todas as lideranças presentes são do RS (o senador Pedro Simon do PMDB do RS, o senador Sérgio Zambiasi do PTB do RS e a vice-governadora) isso porque o diretório daquele estado teve um rompimento com as principais lideranças nacionais do partido por desconstruírem o apoio a Lula que vários quadros importantes da legenda sustentavam (como o próprio presidente do partido Michel Temer).

TABELA 4 – ENDOSSO DE LIDERANÇAS POLÍTICAS, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato PR		Porcentagem	Candidato RS	Porcentagem
Osmar Dias	Ausência	99,6	Francisco Turra	91,1
	Presença	0,4		8,9
Flávio Arns	Ausência	91,1	Olívio Dutra	99,3
	Presença	8,9		0,7
Roberto Requião	Ausência	96,8	Germano Rigotto	96,2
	Presença	3,2		3,8
Rubens Bueno	Ausência	99,4	Yeda Crusius	97,7
	Presença	0,6		2,3

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Quando a variável Endosso do Patrono é acionada os dados paranaenses e gaúchos são parecidos. Roberto Requião apresenta a imagem de Ulysses Guimarães em seu programa em uma ocorrência, Rigotto faz o mesmo. Um dado pontual é o uso que faz a campanha paranaense do endosso de líderes da sociedade civil organizada, gravados em diferentes momentos do governo de Roberto Requião.

Um dos dados mais relevantes desse primeiro grupo de categorias concernentes as estratégias situacionais de campanha foi a frequência de menções ao partido no discurso de campanha durante o HGPE. De modo muito parecido o PMDB, tanto do Paraná como do Rio Grande do Sul, usou pouco a legenda no discurso. No Paraná o PMDB faz menção direta ao partido de forma tímida (1,1%), um pouco mais do que no Rio Grande do Sul, em 0,8% dos segmentos. Essa rara menção aos partidos indica a pouca importância dessas instituições para as estratégias retóricas, em especial nas campanhas majoritárias para governadores em situação de reeleição. Isso se dá por algumas razões, a principal delas é a forte presença da lógica de reeleição no jogo retórico, como a teoria da escolha racional afirma. O que domina a argumentação da situação é a defesa do governo e a projeção de um mandato de continuidade. Quando a estrutura da retórica se apresenta dessa forma, o governo traz o debate para o espaço das representações sobre ele. Nesse contorno discursivo, caso tenha uma imagem positiva consolidada esse fator é uma vantagem determinante. Caso essa avaliação popular não seja favorável, convém torná-la positiva uma vez que é decisiva.

Se for apenas como governo bem avaliado que a reeleição ocorre, é essa a tarefa imprescindível em relação às iniciativas opostas por parte dos adversários. Resta pouco ou nenhum tempo para o fortalecimento da legenda, essa escassez se aprofunda quando avaliamos que a reação a esse argumento é de certo modo difícil de prever e, portanto, de racionalizar seu lugar na estratégia retórica das campanhas. Não cabe dizer que o partido é uma dimensão ausente do debate, porém ele oportunamente é deixado à margem do jogo retórico. Talvez porque os eleitores que votam a partir de um alinhamento partidário não sejam alvo de persuasão no HGPE e que os argumentos que devam balizar o discurso de convencimento dos líderes de opinião - provavelmente os próprios eleitores alinhados aos partidos e que não precisam de convencimento - não devam carregar defesas explícitas de partidos.

É preciso vislumbrar também que o espaço reservado a construção da imagem do candidato é reduzido devido a taxa de lembrança de um governador em campanha de reeleição. A importância da trajetória de vida e das escolhas políticas dá lugar a uma recuperação da imagem do líder de governo. As imagens não são mais uma retrospectiva de vida, nesse ponto não cabe dividir o capital político de uma visão ficcional positiva de governo; o bônus do governo em avaliação é do candidato e o ônus não é por ele posto em debate. Quaisquer argumentos que não sejam unívocos tendem a ser descartados e para o eleitor comum a vinculação partidária pode ser lida de diversas maneiras (como apoio ou dependência, como boas ou más alianças).

TABELA 5 – MENÇÃO AO PARTIDO, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato PR		Porcentagem	Candidato RS	Porcentagem
Osmar Dias	Ausência	98,8	Francisco Turra	100,0
	Presença	1,2		
Flávio Arns	Ausência	98,8	Olívio Dutra	93,4
	Presença	0,2		
Roberto Requião	Ausência	98,9	Germano Rigotto	99,2
	Presença	1,1		
Rubens Bueno	Ausência	98,3	Yeda Crusius	99,5
	Presença	1,7		

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Em relação ao Paraná, de forma geral, o Rio Grande do Sul apresenta números mais relevantes no que se refere as estratégias que fazem uso do partido, muito embora esses números ainda sejam muito incipientes. No entanto essa frequência de menções ao partido se encontra concentrada no PT rio grandense.

Ao início do trabalho considerávamos ainda a possibilidade de que o partido fosse uma instância importante de estratégias de retórica de campanha. Levávamos em consideração a idéia de que se tornava mais relevante a iniciativa de fortalecimento das legendas uma vez que há um crescimento das identidades partidárias do PMDB no Sul do Brasil durante essa eleição. Começamos a rever tal hipótese a luz dos dados e considerar que esse crescimento é resultado de outros fatores circunstanciais, talvez fruto dos resultados eleitorais, porém desvinculado de uma estratégia coletivista de propaganda presente nas eleições de 2006. O PMDB apresenta uma tendência de crescimento, independente de suas divergências estratégicas na mesma macrorregião, independente de não usar argumentos retóricos partidários.

4.2.2 As estratégias retóricas de oposição

A disputa retórica, assim como desenhada por Figueiredo *et alii.*, se confirma nas estratégias usadas pela oposição. De modo diverso, a condição oposicionista não é usualmente buscada por sujeitos que não são oposição de fato. A partir desse fato é interessante notar que os dados do PMDB se aproximam de zero nos dois estados, no que se refere a categoria que levanta o apelo a Mudanças tanto no Rio Grande do Sul quanto no Paraná.

TABELA 6 – APELO A MUDANÇAS, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato RS		Porcentagem	Candidato PR	Porcentagem
Francisco Turra	ausência	32,2	Osmar Dias	41,9
	presença	67,8		58,1
Olívio Dutra	ausência	24,3	Flávio Arns	37,2
	presença	75,7		62,8
Germano Rigotto	ausência	99,2	Roberto	99,5
	presença	0,8		0,5
Yeda Crusius	ausência	19,8	Rubens Bueno	42,7

Candidato RS	Porcentagem	Candidato PR	Porcentagem
presença	80,2		57,3

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

É notável também que o apelo a mudanças empreendido pela oposição do Rio Grande do Sul foi mais acentuado do que no Paraná, e que os dois candidatos paranaenses que mais clamaram por mudança operaram ao mesmo tempo com uma retórica de oposição, mas porém sem ataques ao governo. Essa retórica ambígua certamente fortaleceu a candidatura do PMDB no Paraná.

No Paraná essa tendência de fazer apelo a mudanças se mostrou menos acentuada do que no Rio Grande do Sul e novamente se constatou a mescla entre a estratégia retórica de não entrar em confronto com um governo que se mostrava bem avaliado e a estratégia que solicitava mudanças. Um dos expedientes usados quando as críticas que se colocavam eram mais incisivas, era não direcioná-las a Roberto Requião, mas a políticas públicas em setores específicos. No entanto, os segmentos que faziam apelos a mudanças geralmente criticavam os executores e as políticas públicas em prática. Esse dado pode ser observado, por exemplo quando se falava de infra-estrutura do Porto de Paranaguá e do Nepotismo naquele órgão do governo.

TABELA 7 – OFENSIVA QUANTO A TEMAS, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato PR	Porcentagem	Candidato RS	Porcentagem
Osmar Dias	ausência 32,3	Francisco Turra	60,0
	presença 67,7		40,0
Flávio Arns	ausência 34,4	Olívio Dutra	36,8
	presença 65,6		63,2
Roberto Requião	ausência 98,9	Germano Rigotto	100,0
	presença 1,1		
Rubens Bueno	ausência 38,2	Yeda Crusius	42,8
	presença 61,8		57,2

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Nas eleições gaúchas também se verificou uma correlação parecida entre os momentos em que havia solicitação de mudança do grupo político no poder e a crítica a políticas públicas em específico. Os apelos que não se objetivaram em críticas a políticas públicas foram empreendidos principalmente pela candidata do

PSDB Yeda Crusius, que os fez muito centrados na temática da candidatura de uma mulher em oposição a outros candidatos homens.

Se por um lado as candidaturas rio-grandenses preservaram essa relativa calma na estratégia retórica, por outro lado essa ambiguidade se refletiu nos ataques diretos a administração em curso, especialmente quando se tratavam de adversários diretos. Naquele estado houve uma correlação de forças sem igual, que salta aos olhos quando observamos que a candidatura que mais usou de uma retórica oposicionista foi a de Yeda Crusius.

O cenário se apresentava historicamente delimitado pelo fato de que o PT e Olívio Dutra sempre ocuparam uma opção de esquerda no Rio Grande do Sul, enquanto o PMDB se apresentava como a opção de centro direita naquela paragem. Com o fortalecimento do PSDB em nível nacional e local, associado ao fato de que o PSDB fez parte do governo de Germano Rigotto, houve uma disputa pela posição de centro direita no espectro ideológico gaúcho. Associado ao fato de que a situação gaúcha se encontrava sem candidatura a presidência da República (inclusive tendo o PMDB gaúcho tentado apresentar candidato a presidência), houve uma movimentação por parte do PSDB gaúcho que tentava deslocar o PMDB de sua posição. Seria natural o PMDB aderir a uma posição ideológica mais próxima do PT e da centro esquerda como o fez no resto do país. Esse movimento não era uma estratégia eleitoral incoerente em nível nacional, haja vista a história do partido e suas coligações e alianças. Porém no RS, ao contrário do Paraná, essa possibilidade não era viável em razão da disputa histórica entre PT e PMDB. Nesse cenário é compreensível que o PSDB de Yeda Crusius seja o discurso que se coloca como o principal opositor da situação, mesmo tendo sido parte do governo. O PMDB do RS teve uma estratégia de disputa que se escalonaria em primeiro e segundo turno. Primeiro pelo seu próprio espaço e eleitorado com o PSDB no primeiro turno; no segundo turno, caso tivesse chegado o partido enfrentaria a disputa com o PT pela maioria dos votos.

No Paraná o PMDB não teve seu eleitorado dividido uma vez que não havia um terceiro competidor que tinha uma imagem que se aproximava de Requião. O candidato do PMDB assumiu uma retórica de esquerda gradativamente construída ao longo dos dois mandatos e da primeira campanha. O PPS de Rubens Bueno não se colocou nesse caminho, fez uma campanha crítica e pragmática, sem conteúdos similares. Por sua vez o candidato Osmar Dias do PDT posicionou-se do modo

como o PDT paranaense tradicionalmente tem feito, como um partido deslocado do PDT nacional e essencialmente de centro-direita, com uma oposição centrada em valores morais. A medida que a pálida campanha de Flávio Arns ia diminuindo os ataques (23,9% em relação aos 31,6% de ataque do PT gaúcho), Roberto Requião assumiria tranquilamente a posição de esquerda que planejava.

A essa conclusão se contrapõe o fato de que os partidos ganharam pouca importância nas estratégias retóricas, portanto eles seriam irrelevantes nesse jogo, em especial no que tange ao posicionamento ideológico dos grupos políticos. Uma vez que a colocação no espectro ideológico é pouco relevante na estratégia de campanha, porque assumi-la aqui como variável explicativa do fenômeno. Cabe referenciar com mais precisão quais as arenas de disputa que são objeto dessa análise e quais são relevantes para o jogo político.

Como categoria relacional a ideologia partidária sempre é delimitada em relação aos adversários políticos; no caso do PMDB defendemos a posição de que o partido não tem um referencial ideológico nacional e se ajusta as realidades locais. Surge outro ponto interessante no que concerne às posições ideológicas, nesse trabalho elas são examinadas essencialmente como conteúdos a preencher visões de mundo estruturadas de acordo com uma retórica delimitada pelo jogo entre situação e oposição. Em outras palavras, além de ser uma categoria relacional, entendemos a Ideologia como uma variável situacional, que dependente do contexto e oscila entre margens possivelmente coerentes de identidade ideológica, margens essas sempre historicamente constituídas. Na prática podemos afirmar que a visão de mundo ou a Ideologia do PSDB no Rio Grande do Sul - uma espécie de chave de leitura da realidade social, política e econômica que ajuda o eleitor a aderir a um projeto de governo, e por outro lado serve ao partido como um diferencial - coincidiu com a posição ideológica do PMDB naquele momento. A retórica de Yeda Crusius buscava, sobretudo, se desvincular do governo de Rigotto e estabelecer um diferencial que lhe permitisse despontar como uma opção ao PMDB naquele mesmo campo de disputa. Um movimento delicado de desvincular-se de um projeto sem contradizer suas motivações. Esse constructo foi preenchido essencialmente com uma retórica de crítica, mas que buscou nos atributos pessoais da candidata os recursos para diferenciar essa campanha (mulher, competente, aguerrida, sustentada por uma visão humanista de fazer político). Isso explica em parte, os motivos pelos quais ela se apresentou como principal opositora de Rigotto.

TABELA 8 – ATAQUE A ADMINISTRAÇÃO EM CURSO, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato RS		Porcentagem	Candidato PR	Porcentagem
Francisco Turra	ausência	86,7	Osmar Dias	51,9
	presença	13,3		48,1
Olívio Dutra	ausência	68,4	Flávio Arns	76,1
	presença	31,6		23,9
Germano Rigotto	ausência	100,0	Roberto Requião	99,5
	presença			0,5
Yeda Crusius	ausência	62,2	Rubens Bueno	71,3
	presença	37,8		28,7

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

A categoria de ataque aos adversários captura, para os dois estados, em primeiro turno, o quanto a campanha não teve um teor combativo por parte da situação. Como afirmamos anteriormente essa classe de campanhas a reeleição de órgãos executivos, busca fazer, sobretudo um balanço de governo e uma projeção do segundo mandato. Empreender ataques generalizados não tem lógica uma vez que se trata de defender o mandato anterior. Colocar-se acima de discussões personalistas é sempre uma boa tática, ainda que nem sempre seja possível ou recomendável. Porém quando é admissível que o candidato não responda críticas incisivas diretamente, isso deixa espaço para que as campanhas de reeleição incidam diretamente sobre a avaliação e a projeção de temas de relevo.

Novamente Yeda ataca de modo freqüente os adversários em 23,9% dos segmentos, explicitamente quando se coloca como alternativa feminina a insensibilidade. Esses ataques têm um tom altamente sensibilizador, tanto quando se defende das investidas do PT que a acusa de ter feito parte do governo Rigotto, quanto ao ser classificada pela campanha do PMDB de novidade que não suscita confiança. O PMDB perde quando é desvinculado da aliança com o PSDB, pois tem aliados que após participarem do governo, resolvem contrapô-lo, porém ele só perde porque o PT faz a movimentação de informar esse vínculo expressamente, o que acaba indiretamente fortalecendo o argumento de defesa de Yeda (em 26,5% do total dos segmentos o partido faz as críticas a Yeda e a Rigotto, quase sempre vinculando os dois). Veja-se que ao contrário do Paraná, o PMDB gaúcho se encontra espremido entre a centro esquerda do PT e a centro direita do PSDB;

pragmaticamente ele também sofre com a disputa entre PSDB e PT, pois como um ex aliado é agora tratado quase como inimigo unânime.

TABELA 9 – ATAQUE A ADVERSÁRIOS, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato RS		Porcentagem	Candidato PR	Porcentagem
Francisco Turra	Ausência	87,8	Osmar Dias	58,1
	Presença	12,2		41,9
Olívio Dutra	Ausência	73,5	Flávio Arns	81,7
	Presença	26,5		18,3
Germano Rigotto	Ausência	99,2	Roberto Requião	100,0
	Presença	0,8		
Yeda Crusius	Ausência	76,1	Rubens Bueno	80,9
	Presença	23,9		19,1

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Já no Paraná essa disputa se deu de modo polarizado, porém sem que houvesse sobreposição ideológica ou discussão em torno da composição do governo paranaense durante o mandato do PMDB. Roberto Requião assumiu um governo que teve uma retórica de esquerda durante todo o mandato. Aqui o PMDB paranaense se colocou mais a esquerda que o próprio partido em nível nacional. Esse caráter ficou reforçado pela aliança informal do PMDB e do PT e novamente a categoria Ideologia se configurou de forma relacional e circunstancial. O PMDB de centro esquerda era o oposto da candidatura de um PDT mais a direita do que historicamente sempre foi no Paraná, na pessoa de Osmar Dias. O candidato é conhecido por se filiar a bancada ruralista do senado nacional, e sua candidatura foi lançada para fazer frente a aliança informal entre um PMDB extremamente personificado em Requião e um PT também forte em Lula. Essa oposição do candidato pedetista se mostrou forte durante a campanha e polarizou a discussão inclusive em termos dicotômicos (verdade/ mentira, homem de palavra/ homem soberbo, humilde/ presunçoso). Nota-se que o PT manteve uma crítica incipiente e mesmo suave ao governo do PMDB, que optou por incidir sobre objetos específicos do governo, em especial a área da assistência ao deficiente físico e familiares, bem como às políticas de formação profissional da juventude. Desse modo o governo de Requião, já bem avaliado saiu indelével dessa disputa persuasiva.

De modo geral alguns temas como o da saúde funcionaram como previsto por Riker no princípio da dispersão. Ao não dominarem o tema ambos os candidatos

que desenvolveram a exaustão seus argumentos, inclusive acusando-se mutuamente de mentirosos abandonam o tema. Por outro lado Roberto Requião dominou boa parte dos temas como Educação, Política sociais, Transporte e Economia em nossa interpretação. O principal adversário, Osmar Dias, se deteve mais nas críticas a personalidade do candidato do PMDB e explorou essa retórica a fundo, juntamente ao tema do Campo e do desenvolvimento rural.

Prevaleceu no Paraná uma espécie de campanha acusativa, mas que porém não obteve sucesso em desconstruir a imagem de um governo bem avaliado. Os adversários de Requião trilharam um debate demarcado por ele, mesmo quando insistiram em reforçar sua imagem negativa, porém não houve confronto temático, a não ser no campo da saúde, que logo foi alvo de dispersão.

Ao contrário o PMDB paranaense a agremiação gaúcha enfrentou questionamentos de temas diversificados e de peso. Teve sua gestão a frente da economia e da criação de postos de trabalho muito questionada pelo PT, por outro lado o PSDB levantou contra Rigotto os temas da saúde, educação e novamente crise econômica. A retórica de oposição no RS se mostrou muito mais propensa a fomentar a mudança política e combater a continuidade, portanto a desconstrução dos argumentos de situação foram muito mais eficazes no RS, se comparadas ao Paraná.

4.2.3 A Análise dos segmentos do programa

Entre as categorias de análise dos segmentos a metodologia proposta por Figueiredo *et alii* dedica esforços para compreender os segmentos e assim traduzir um pouco da linguagem adotada pelos programas. A gramática usada nas produções aproxima-se da linguagem televisiva e por vezes do cinema. Os recursos ao entretenimento hoje são limitados pela legislação, como o são as aparições de artistas famosos com o puro objetivo de apresentarem-se. Os formatos noticiosos se tornam o expediente mais comum e a tradicional alternativa do discurso do candidato para a câmera ainda é muito usada. Essa modalidade é acompanhada de um tom mais intimista que nos dá a impressão de que o candidato nos fala de dentro de nossa sala. Por fim recursos como os cortes rápidos entremeados de ilustrações

ou depoimentos de populares se assemelham a publicidade mais usual e dão a dinâmica que o eleitor e espectador espera da televisão. Um dos recursos usados pelas candidaturas de situação é a visita a obras com imagens em movimento, desde câmeras em carros e helicópteros a imagens nos moldes de noticiários populares em que a câmera acompanha o andar rápido do repórter (candidato).

A tabela 10, comparativa dos temas usados na eleição paranaense mostra que temas como o do desenvolvimento urbano e planejamento, assim como o do Meio Ambiente dominaram a agenda no primeiro turno, o que pode significar um forte componente de dispersão no que se refere a temas como o da saúde, segurança e da educação.

TABELA 10 – TEMAS/ OBJETOS NAS ELEIÇÕES PARANAENSES DE 2006

TEMA/ OBJETO	Osmar Dias	Flávio Arns	Roberto Requião	Rubens Bueno
política pública: Segurança pública	0,4	0	0	0
política pública: Saúde	0,4	0	1,1	0,6
política pública: Educação	2,2	1,7	3,2	1,7
política pública: Tributária	4,6	1,1	8,3	6,6
política pública: Infra-estrutura e saneamento básico	4,6	2,7	10	6,2
política pública: Economia	5,4	2,7	7,7	2,2
política pública: Desenvolvimento urbano e planejamento	7,7	5,5	12,7	7,9
política pública: Esporte/ cultura/ lazer	9,2	2,8	7,9	7,7
política pública: Transporte	6,5	4,4	5,5	3,3
política pública: Meio ambiente	10,8	10,5	11,1	8,4
política pública: Emprego	5,8	5,0	3,2	5,6
política pública: Orçamento	4,2	7,7	4,7	6,7
política pública: Criança	5,0	5,0	0,5	5,6
política pública: Idoso	3,8	6,7	3,2	4,5
política pública: Mulher	5,4	6,1	2,6	5,1
política pública: Funcionalismo	3,5	6,7	0,5	2,2
política pública: Agricultura	4,2	3,3	2,6	3,9
política pública: Bem estar social	3,1	5,0	2,6	2,2
política pública: Cardápio	2,3	1,1	2,6	1,7
política pública: Outra	3,5	5,0	3,1	5,1
Imagem da cidade e região metropolitana	1,9	2,8	1,6	2,2
Imagem do Estado	0,4	1,1	3,2	1,1
Imagem do país	1,5	3,9	0,5	1,1
Imagem do candidato	0,8	0	1,1	0,6
Imagem do partido	0,8	2,2	1,1	1,7
Imagem do adversário	0,4	1,1	0	1,7
Imagem do eleitor	0,4	0,6	0	0,6
meta campanha: Pesquisa eleitoral	0,4	2,2	0	1,1
meta campanha: Cenas externas de campanha	0,4	1,7	0	0
meta campanha: Apelos ao engajamento do eleitor	0,8	0,6	0,5	1,7

TEMA/ OBJETO	Osmar Dias	Flávio Arns	Roberto Requião	Rubens Bueno
meta campanha: Pedagogia do voto	0,4	0	0	0,6
meta campanha: Agenda	0	0	1,1	0
Total	100,0	100	100,0	100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Com o debate entrincheirado em *issues* que pedem pouco confronto os programas ficaram centrados em propostas diversas que se dispersaram ao longo da gama de objetos. Não houve concentração para além de 12,7% em nenhum dos temas, o que significa que o princípio da dispersão deslocou para o papel do garantidor o foco do debate. Se comparado ao pleito Paranaense, no Rio Grande do Sul o número de temas explorados foi menor e houve uma concentração considerável do debate nas iniciativas de construção ou consolidação da imagem do candidato. Foi encontrada uma menor dispersão entre os temas, e as iniciativa para reforçar o garantidor (Olívio Dutra investiu na construção de sua imagem 18,4% dos segmentos, Germano Rigotto 19,5% e Yeda Crusius, a candidata menos conhecida, 22,1%), da realização foram muito maiores no Rio Grande do Sul se comparadas ao Paraná (lá as iniciativas de construção da imagem do candidatos seriam usadas em média, 1% dos segmentos) .

A menor dispersão entre os temas e o trabalho para garantir uma construção mais coerente e forte da imagem do candidato denotam uma maior clareza e intencionalidade por parte das campanhas no Rio Grande do Sul. Por outro lado a campanha de oposição mais solidamente veiculada no RS resultou em temas de maior peso no estado. No PR a campanha de Requião não se deteria no tema da segurança, já no RS a campanha de Rigotto dedicou 3% dos segmentos a esse tema. A educação, na campanha do PMDB paranaense ocupou 3,2% dos segmentos, já para a campanha no RS ela ocupou 15% dos segmentos. Os temas/ objetos mais explorados pelo PMDB rio grandense foram *Imagem do candidato* (19,5%), *Educação* (15%), e *Economia* (15%). No Paraná o PMDB se ocupou principalmente de *Desenvolvimento urbano e planejamento* (12,7%), *Meio Ambiente* (11,1%) e *Políticas Tributárias* (8,3%). Fica evidente a maior dispersão temática no PR.

TABELA 11 – TEMAS/ OBJETOS NAS ELEIÇÕES GAUCHAS DE 2006

Candidato	Francisco Turra	Olívio Dutra	Germano Rigotto	Yeda Crusius
política pública: Segurança pública	2,2	6,6	3,0	1,4
política pública: Saúde	1,1	1,5	7,5	13,5
política pública: Educação	6,7	4,4	15,0	8,6
política pública: Tributária	2,2	0	0,8	1,4
política pública: Economia	3,3	10,3	15,0	11,3
política pública:Esporte/ cultura/ lazer	0	0,7	0	0
política pública: Transporte	0	0	6,8	0
política pública: Emprego	1,1	9,6	5,3	5,4
política pública: Orçamento	10,0	0	4,5	3,6
política pública: Criança	0	0	1,5	0,9
política pública: Idoso	0	0	0	5,4
política pública: Mulher	0	1,5	0	0
política pública: Funcionalismo	12,2	0	0,8	0
política pública: Agricultura	4,4	10,3	2,3	2,7
política pública: Bem estar social	2,2	7,4	4,5	0,5
política pública: Cardápio	3,3	3,7	2,3	1,8
Outra	5,6	1,5	1,5	0
Imagem da cidade e região metropolitana	1,1	0	0	0
Imagem do Estado	2,2	0,7	2,3	3,2
Imagem do país	0	0,7	0	0
Imagem do candidato	31,1	18,4	19,5	22,1
Imagem do partido	0	3,7	0,8	0,5
Imagem do adversário	3,3	8,1	0	1,8
Imagem do eleitor	4,4	6,6	1,5	5,9
meta campanha: Pesquisa eleitoral	0	0	1,5	1,4
meta campanha: Cenas externas de campanha	2,2	2,2	0	1,4
meta campanha: Apelos ao engajamento do eleitor	1,1	2,2	3,0	5,0
meta campanha: Agenda	0	0	0,8	0
Total	100,0	100	100,0	100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro RS 4,06%

O formato em destaque é o pronunciamento do candidato; com algumas poucas variantes, se usou um plano frontal, focado no rosto do candidato em estúdio. No Paraná o PMDB usou o candidato em 22,8% dos segmentos e em muitos deles esse plano frontal em estúdio foi substituído pelas reportagens que tinham o governador como protagonista. No Rio Grande do Sul o governador não usou esse expediente e 16,5% de seus segmentos tiveram esse tradicional formato de plano frontal. O segundo destaque foi a linguagem de documentário, que alia a possibilidade de provocar a sensibilidade do espectador ao tom jornalístico e, portanto verídico da mensagem. Por muitas vezes, como já dito, os

pronunciamentos de candidatos eram entremeados de participações populares e animações, dando um ar mais dinâmico aos tradicionais pronunciamentos.

TABELA 12 – FORMA NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS DE 2006

Candidato		Frequência	Porcentagem
Francisco Turra	Pronunciamento do candidato	24	26,7
	Pronunciamento do candidato a vice	3	3,3
	Documentário	22	24,4
	Ilustração/ animação	19	21,1
	Dramatização/ ficção	3	3,3
	Povo fala	6	6,7
	Depoimentos	13	14,4
	Total	90	100,0
Olívio Dutra	Pronunciamento do candidato	37	27,2
	Pronunciamento do candidato a vice	1	0,7
	Documentário	34	25,0
	Telejornal	9	6,6
	Entrevista	3	2,2
	Vídeo clipe / jingle	3	2,2
	Ilustração/ animação	26	19,1
	Povo fala	20	14,7
	Depoimentos	3	2,2
	Total	136	100,0
Germano Rigotto	Pronunciamento do candidato	22	16,5
	Pronunciamento do candidato a vice	5	3,8
	Documentário	69	51,9
	Ilustração/ animação	8	6,0
	Povo fala	25	18,8
	Depoimentos	4	3,0
	Total	133	100,0
Yeda Crusius	Pronunciamento do candidato	67	30,2
	Pronunciamento do candidato a vice	2	0,9
	Documentário	63	28,4
	Telejornal	5	2,3
	Entrevista	5	2,3
	Vídeo clipe / jingle	1	0,5
	Ilustração/ animação	32	14,4
	Dramatização/ ficção	1	0,5
	Povo fala	36	16,2
	Depoimentos	10	4,5
	Total	222	100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro RS 4,06%

O formato das eleições paranaenses se assemelhou ao das eleições rio-grandenses. O diferencial na campanha de Roberto Requião foi a “caravana” pelo

Estado que imprimiu movimento as imagens e pronunciamentos do candidato e que dotaram a campanha de um componente a mais de veracidade e inovação.

TABELA 13 – FORMA NAS ELEIÇÕES PARANAENSES DE 2006

Candidato		Frequência	Porcentagem
Osmar Dias	Pronunciamento do candidato	78	30,0
	Documentário	92	35,4
	Telejornal	9	3,5
	Entrevista	6	2,3
	Ilustração/ animação	33	12,7
	Dramatização/ ficção	4	1,5
	Povo fala	29	11,2
	Depoimentos	9	3,5
	Total	260	100,0
Flávio Arns	Pronunciamento do candidato	78	43,3
	Pronunciamento do candidato a vice	12	6,7
	Documentário	13	7,2
	Telejornal	38	21,1
	Entrevista	2	1,1
	Vídeo clipe / jingle	1	0,6
	Ilustração/ animação	6	3,3
	Dramatização/ ficção	6	3,3
	Povo fala	12	6,7
	Depoimentos	12	6,7
	Total	180	100,0
Roberto Requião	Pronunciamento do candidato	49	25,8
	Documentário	84	44,2
	Telejornal	15	7,9
	Ilustração/ animação	5	2,6
	Povo fala	30	15,8
	Depoimentos	7	3,7
	Total	190	100,0
Rubens Bueno	Pronunciamento do candidato	67	37,6
	Pronunciamento do candidato a vice	1	0,6
	Documentário	44	24,7
	Telejornal	7	3,9
	Entrevista	11	6,2
	Vídeo clipe / jingle	1	0,6
	Ilustração/ animação	26	14,6
	Dramatização/ ficção	4	2,2
	Povo fala	13	7,3
	Depoimentos	4	2,2
	Total	178	100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

O principal orador das campanhas é o locutor em *off*, o que faz crer no predomínio da linguagem televisiva ou mesmo cinematográfica durante os programas. Veja-se que os números do PMDB gaúcho denotam uma menor participação de Rigotto no HGPE - 43,2% do locutor em *off* e 36,3% do candidato, no caso do Paraná; 57,1% de locução em *off* e apenas 16,5% de veiculação do próprio candidato do PMDB gaúcho. Observe-se que o governador Requião narrou muitas das animações e documentários em que sua imagem não era veiculada, houve uma grande diferença de estilo entre as campanhas, certamente no Paraná o candidato do PMDB foi mais presente do que no Rio Grande do Sul.

TABELA 14 – ORADOR DOMINANTE, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato		Porcentagem
Roberto Requião	Candidato	36,3
	Garoto propaganda	0,5
	Locutor em off	43,2
	Popular	16,3
	Personalidade	3,7
	Total	100,0
Germano Rigotto	Candidato	16,5
	Candidato a vice	3,8
	Patrono político	0,8
	Líder partidário	0,8
	Locutor em off	57,1
	Popular	18,8
	Personagem/ ficção	0,8
	Personalidade	1,5
	Total	100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

No Paraná há um relativo equilíbrio entre o uso do locutor e as falas atribuídas ao candidato (tabela 14), o que denota um maior equilíbrio entre a linguagem televisiva e o gênero propriamente político do pronunciamento. O PMDB gaúcho, por sua vez, usou predominantemente o recurso do locutor fora de cena e da fala de populares, o que indica uma maior aproximação com a linguagem televisiva.

Como se pode constatar na tabela 15: Nos dois Estados o PMDB busca um equilíbrio entre apelos pragmáticos e emocionais. Predomina nas duas campanhas os apelos de teor pragmático. Vemos ainda no Rio Grande do Sul, que os apelos

Ideológicos não estão fortemente presentes, embora não sejam irrelevantes (3% do total) e no Paraná eles são veiculados em menor número 1,6% dos segmentos da campanha peemedebista.

É preciso levar em conta que essa categoria funciona como uma opção pelo apelo dominante no segmento em exame. Não seria forçoso enunciar que visões pragmáticas estejam algumas vezes imbuídas de conteúdo ideológico, ou mesmo os apelos políticos ou até emocionais não estejam desprovidos de uma visão de mundo que se subentenda. Portanto a categoria em questão não desfaz a hipótese de retóricas secundariamente ideológicas em meio a outros apelos. Muito embora a análise da categoria reforce a hipótese de que o HGPE lida de modo muito mais presente com uma avaliação pragmática que se estrutura como uma análise do período eleitoral passado e da projeção do mandato futuro.

Essa avaliação pragmática, como vimos, convive com um forte apelo emocional, o que nos permite ter em conta que o modelo de uma condução racional de campanha deve articular outras dimensões para explicação do voto. Toda campanha, pra além de conquistar votos por meio de argumentos, tem que mobilizar forças, fornecer imagens e símbolos de trabalho, ser atrativa do ponto de vista estético e abastecer projeções ideais de um futuro promissor. Esses expedientes podem fugir a racionalidade em sentido amplo, porém se lembrarmos de nossa base utilitária do conceito veremos que os fins ou os meios (dos agentes partidários) não devem ser questionados em si, mas sim em sua articulação.

Devemos também considerar que esses componentes explicativos formam um modelo que não exclui a priori outras explicações, mas faz uma opção por uma linha de interpretação mais promissora. Se o partido não se comporta em relação a um eleitor ideal, isso não desfaz a eficácia explicativa do modelo, cabe a ele essa ressalva, porém o modelo tem fornecido até aqui um referencial para organização dos dados e sua leitura.

Novamente a análise dos segmentos se aproxima muito nos dois Estados, a campanha de situação se mostra altamente pragmática nos dois cenários, com índices similares - 48,1% no RS e 52,1% no PR. Também há um equilíbrio entre as duas formas de apelo mais usadas – no caso dos apelos emocionais 36,1% no RS e 36,8% no PR. Os apelos Ideológicos - 3,0% no RS e 1,6% no PR - se mostram pouco explorados diretamente. Destaca-se a campanha mais politizada no Rio Grande do Sul, em que 10,5% dos segmentos tiveram apelo político, enquanto no

Paraná esse índice foi de 3,7% dos segmentos. Fica evidente novamente que o teor pragmático do discurso é dominante em ambas as campanhas de reeleição, o que indica fortemente que a estrutura retórica é de avaliação do governo e de projeção do futuro mandato.

TABELA 15 – APELO, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato RS		Porcentagem	Candidato PR	Porcentagem
Francisco Turra	Pragmático	36,7	Osmar Dias	39,2
	Ideológico	2,2		2,7
	Político	17,8		3,5
	Emocional	36,7		42,3
	Documental ou credibilidade da fonte	6,7		12,3
	Total	100,0		100,0
Olívio Dutra	Pragmático	44,1	Flávio Arns	36,6
	Ideológico	8,8		5,0
	Político	14,7		18,9
	Emocional	24,3		35,6
	Documental ou credibilidade da fonte	8,1		3,9
	Total	100,0		100,0
Germano Rigotto	Pragmático	48,1	Roberto Requião	52,1
	Ideológico	3,0		1,6
	Político	10,5		3,7
	Emocional	36,1		36,8
	Documental ou credibilidade da fonte	2,3		5,8
	Total	100,0		100,0
Yeda Crusius	Pragmático	33,8	Rubens Bueno	35,4
	Ideológico	3,2		5,6
	Político	10,8		9,6
	Emocional	44,1		41,6
	Documental ou credibilidade da fonte	8,1		7,9
	Total	100,0		100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Por motivos evidentes, o apelo é acompanhado por uma retórica compatível, como mostra a tabela 16. Onde há um apelo pragmático a retórica é de proposição ou de crítica. Um apelo ideológico traz por vezes a associação a uma retórica de sedução ou ainda de valores. A retórica de valores ainda é muitas vezes acompanhada de um apelo político. Por fim novamente a retórica crítica, de ameaça ou proposição é alicerçada por um apelo documental. Os índices de retórica propositiva são fortemente vinculados ao apelo pragmático de campanha. Vemos como nas campanhas do PMDB essa vinculação vigora – no PR o apelo predominantemente pragmático é acompanhado por uma retórica que em 52,6% dos

casos foi propositiva e no RS o apelo pragmático foi acompanhado por 50,4% de retórica propositiva. Fica novamente marcada a campanha centrada em torno da avaliação do governo em disputa.

TABELA 16 – RETÓRICA COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato PR		Porcentagem	Candidato RS	Porcentagem
Osmar Dias	Sedução	31,5	Francisco Turra	45,6
	Proposição	30,0		34,4
	Crítica	26,9		11,1
	Valores	6,5		7,8
	Ameaça	5,0		1,1
	Total	100,0		100,0
Flávio Arns	Sedução	42,2	Olívio Dutra	25,7
	Proposição	32,8		41,9
	Crítica	13,3		20,6
	Valores	11,7		11,8
	Total	100,0		100,0
Roberto Requião	Sedução	43,2	Germano Rigotto	41,4
	Proposição	52,6		50,4
	Crítica	1,6		0,8
	Valores	2,1		7,5
	Ameaça	0,5		
	Total	100,0		100,0
Rubens Bueno	Sedução	42,7	Yeda Crusius	42,7
	Proposição	31,5		28,8
	Crítica	15,2		21,2
	Valores	9,6		5,4
	Ameaça	1,1		1,8
	Total	100,0		100,0

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Em ambos os Estados a Retórica de proposição ocupou mais espaço entre as campanhas de situação, a segundo retórica mais usada é a da sedução – no PR o PMDB usa a sedução em 43,2 dos segmentos, no RS o partido faz recurso a sedução em 41,4% dos casos. Por sua vez todas as outras retóricas foram usadas de modo mais ou menos equilibradas, obviamente com menos apelo a visões radicalmente negativas em que retóricas de ameaças não tiveram forte adesão. É interessante notar como no RS a retórica de crítica foi mais usada pelas candidaturas de modo geral, o que reforça nossa prospecção de que o PMDB gaúcho teve uma oposição mais forte do que o partido no PR.

4.2.4 A Qualificação do conteúdo veiculado

Nos programas paranaenses foi veiculada com incrível predominância uma visão positiva dos cenários ficcionais construídos, de acordo com a tabela 17. As valências negativas e neutras estão praticamente ausente do discurso do PMDB paranaense, no caso do PMDB gaúcho não há segmentos com valência negativa. Surge dessa constatação novamente a explicação de que retórica de situação deve, de acordo com a teoria da escolha racional, vincular uma avaliação de governo positiva e planejar um futuro de melhores condições.

TABELA 17 – DIMENSÃO TEMPORAL x VALÊNCIA DA DIMENSÃO TEMPORAL NAS ELEIÇÕES PARANAENSES DE 2006

Candidato			Valência dimensão temporal			Total
			Positiva	Negativa	Neutra	
Osmar Dias	Dimensão temporal	Passado/ presente	56	82	24	162
		Futuro	78	3	8	90
		Neutra	0	0	6	8
	Total		134	85	38	260
Flávio Arns	Dimensão temporal	Passado/ presente	31	23	11	65
		Futuro	78	0	3	81
		Neutra	3	0	31	34
	Total		112	23	45	180
Roberto Requião	Dimensão temporal	Passado/ presente	154	3	3	160
		Futuro	25	0	2	27
		Neutra	1	0	2	3
	Total		180	3	7	190
Rubens Bueno	Dimensão temporal	Passado/ presente	30	29	17	76
		Futuro	85	0	7	92
		Neutra	0	0	10	10
	Total		115	29	34	178

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Também se constata (tabela 17) que o principal tempo do discurso situacionista é o passado. Já entre a oposição há uma divisão discursiva que privilegiou o PMDB paranaense pois: Caso o passado e o presente sejam positivos não há razões pelas quais interromper o ciclo, ou seja a interpretação do governo que passou deve ser negativa, caso contrário a campanha de oposição tende a reforçar o argumento de situação – como no caso da retórica de Osmar Dias, que

veiculou visões positivas ou neutras do passado/presente em 80, dos 162 segmentos que veiculou sobre o decorrido e o atual. Ou ainda no caso do PT paranaense que teve uma visão positiva do passado/presente em 31 das 65 vezes em que o discutiu.

Essa composição é perfeitamente cabível quando se trata de uma projeção do futuro feita pela situação e pode ser explicada a partir do modelo de Figueiredo *et alii*. Entretanto, de acordo com a lógica da metodologia adotada, quando ele é uma avaliação do passado formulada pela oposição se torna incoerente e contraproducente.

Vemos que há consideráveis incongruências que podem ser explicadas quando voltamos nossa atenção ao conjunto de categorias discutido no começo da análise. Se levarmos em conta que além da própria situação, os mais diversos candidatos tentaram empreender estratégia de mandatários podemos vislumbrar que a explicação dessa contradição se encontra no fato de que mesmo a oposição faz menção a cargos que ocupou e a administrações de outras esferas que são suas aliadas, como demonstra o cruzamento de dados da tabela 18.

TABELA 18 – DIMENSÃO TEMPORAL PASSADO/ PRESENTE E SUA VALÊNCIA x USO DAS ESTRATÉGIAS DE MANDATÁRIO NAS ELEIÇÕES PARANAENSES DE 2006

Candidato		Uso do cargo		Total	Associação à administração de outra esfera		Total
		ausência	presença		ausência	presença	
Osmar Dias	Positiva	33	23	56	36	20	56
	Negativa	82	0	82	81	1	82
	Neutra	21	3	24	24	0	24
	Total	136	26	162	141	21	162
Flávio Arns	Positiva	23	8	31	5	26	31
	Negativa	23	0	23	22	1	23
	Neutra	8	3	11	5	6	11
	Total	54	11	65	32	33	65
Roberto Requião	Positiva	9	145	154	132	22	154
	Negativa	1	2	3	3	0	3
	Neutra	0	3	3	3	0	3
	Total	10	150	160	138	22	160
Rubens Bueno	Positiva	6	23	29	20	10	30
	Negativa	29	0	29	28	1	29
	Neutra	17	0	17	17	0	17
	Total	52	23	75	65	11	76

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Fica desse debate a dúvida de até que ponto a tática de colocar-se discursivamente como situação, mesmo que seu papel seja de oposição, não traz benefícios apenas a candidatura de reeleição.

Novamente quando o assunto é a gramática e a estruturação da retórica os formatos do Paraná e do Rio Grande do Sul se repetem. Em ambos os casos há avaliações do passado e do presente que aparentemente são contraditórias por apresentarem por parte da oposição uma avaliação positiva do governo em vigor. No entanto um olhar mais atento faz crer que a grande maioria desses casos é uma defesa de cargos políticos ocupados no passado ou de aliados em outra esfera do poder.

Quando se trata da comparação do PMDB nos dois estados podemos notar que a campanha de Roberto Requião, tanto quanto a de Rigotto faz uma avaliação positiva na quase totalidade dos segmentos. Vemos também que houve um maior investimento na avaliação do governo do que na projeção positiva de um próximo mandato.

TABELA 19 – DIMENSÃO TEMPORAL x VALÊNCIA DA DIMENSÃO TEMPORAL NAS ELEIÇÕES GAUCHAS DE 2006

Candidato			Valência dimensão temporal			Total
			Positiva	Negativa	Neutra	
Francisco Turra	Dimensão temporal	Passado/ presente	19	0	11	30
		Futuro	42	0	2	44
		Neutra	0	0	16	16
	Total		61	0	29	90
Olívio Dutra	Dimensão temporal	Passado/ presente	53	30	4	87
		Futuro	42	0	1	43
		Neutra	0	0	6	6
	Total		95	30	11	136
Germano Rigotto	Dimensão temporal	Passado/ presente	111	0	2	113
		Futuro	14	0	0	14
		Neutra	0	0	6	6
	Total		125	0	8	133
Yeda Crusius	Dimensão temporal	Passado/ presente	15	58	25	98
		Futuro	98	0	2	100
		Neutra	0	0	22	22
	Total		113	58	49	220

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro RS 4,06%

Nossa análise já apontara para o fato de que as campanhas negativas não foram um expediente amplamente usado nessa eleição de 2006. Temos dois casos

em que as avaliações eram diferentes e mesmo assim os candidatos do PMDB enfrentaram poucas iniciativas de desconstrução de seu governo. Nesse sentido quando comparamos o Paraná e o Rio Grande do Sul vemos que tanto em um quanto em outro estado os candidatos de oposição optaram por não criticar diretamente o governo. Certamente essa escolha de não marcar uma posição contrária carrega consequências: Se não há diferencial entre os governantes o eleitor não se motiva ao voto ou permanece com o já conhecido. Alguma mudança tem que ser objeto da retórica; algo precisa ser no mínimo melhorado ou foi ignorado pelo adversário. Mas, no entanto não houve ofensivas ostensivas aos governos que disputavam reeleição.

TABELA 20 – DIMENSÃO TEMPORAL PASSADO/ PRESENTE E SUA VALÊNCIA x USO DAS ESTRATÉGIAS DE MANDATÁRIO NAS ELEIÇÕES GAUCHAS DE 2006

Candidato		Uso do cargo		Total	Associação à administração de outra esfera		Total
		ausência	presença		ausência	Presença	
Francisco Turra	Positiva	0	19	19	2	17	19
	Neutra	4	7	11	7	4	11
	Total	4	26	30	9	21	30
Olívio Dutra	Positiva	19	34	53	30	23	53
	Negativa	26	4	30	27	3	30
	Neutra	3	1	4	4	0	4
Germano Rigotto	Total	48	39	87	61	26	87
	Positiva	4	107	111	104	7	111
	Neutra	1	1	2	2	0	2
Yeda Crusius	Total	5	108	113	106	7	113
	Positiva	5	11	16	8	7	15
	Negativa	56	3	59	57	1	58
	Neutra	18	7	25	18	6	24
	Total	79	21	100	86	14	100

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro RS 4,06%

Como vemos na tabela 21, os atributos do adversário não foram alvo constante de crítica por parte de nenhum candidato. As críticas, como colocado anteriormente, para os dois estados, foram feitas tematicamente e conectadas as políticas e programas de governo. Os candidatos a reeleição não foram atingidos por críticas constantes nem intensas. Germano Rigotto do PMDB, juntamente a Yeda Crusius do PSDB, foi alvo de crítica do PT naquele estado em 8% dos segmentos. Yeda Crusius também diluiu suas críticas – que lhe tomaram apenas 1,8% dos segmentos – ao PT e a situação, mas por fazer parte do grupo de governo durante o último mandato o PSDB não fez uso contínuo dessa tática. Roberto Requião do PMDB paranaense foi criticado em 5,7% dos segmentos veiculados por Osmar Dias

do PDT e em 2,8% dos segmentos veiculados por Rubens Bueno do PPS. Como já mencionado Flávio Arns do PT, não se deteve a críticas ao PMDB, os segmentos foram apenas 1,6% do total.

TABELA 21 – ATRIBUTOS DO ADVERSÁRIO x VALÊNCIA NEGATIVA, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato RS		Porcentagem	Candidato PR	Porcentagem
Francisco Turra	Pessoal		Osmar Dias	46,7
	Político	2,2		53,3
	Administrativo	1,1		
	Total de segmentos	3,3		5,7
Olívio Dutra	Pessoal	0,7	Flávio Arns	33,3
	Político	4,4		66,7
	Administrativo	2,9		
	Total de segmentos	8,0		1,6
Germano Rigotto	Pessoal	0,8	Roberto Requião	100,0
	Total de segmentos	0,7		0,5
Yeda Crusius	Pessoal	0,5	Rubens Bueno	40,0
	Político	0,5		20,0
	Administrativo	0,9		40,0
	Total de segmentos	1,8		2,8

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Essa campanha de pouca rivalidade certamente deixou espaço privilegiado para o debate acerca das avaliações de governo e da continuidade desses mandatos.

4.2.5 As estratégias coletivistas de campanha

Nesse conjunto de categorias por nós inserido com base no trabalho de Dias, reforçamos o olhar sobre a possibilidade de o partido fazer ou não parte das estratégias retóricas de campanha durante o HGPE. Foram ao todo três categorias de análise: (1) a veiculação da legenda no canto esquerdo do vídeo ou em outro registro simbólico, (2) a menção a fidelidade partidária e a (3) qualificação do apelo quando esse se configurava como ideológico (esquerda, centro ou direita). Desse conjunto de variáveis resultou o seguinte levantamento que comprovou para o

Paraná a quase total ausência de iniciativa de fortalecimento do grupo político ou mesmo da iniciativa de conquistar votos por meio do partido.

Somados a ausência de veiculação de símbolo de campanha com a veiculação do número do candidato (candidato majoritário tem o número de seu partido), e dos símbolos das coligações, teríamos índices maiores do que 98%. São duas as exceções: No Rio Grande do Sul o PT ainda veicularia e referências ao partido em quantidade destacada, 38,2% dos segmentos veiculados carregaram a estrela do PT. Essa veiculação ultrapassou mesmo o uso do número 13 durante a campanha, que constou em 11,8% dos segmentos. Por sua vez, a campanha de Roberto Requião faz uso considerável da legenda do partido, em 3,7% dos segmentos. Esse número é ainda mais significativo se comparado ao índice de uso da legenda por Germano Rigotto no RS, apenas 0,8%.

TABELA 22 – USO DE SÍMBOLO DE PARTIDO OU LEGENDA, COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato PR		Porcentagem	Candidato RS	Paraná
Osmar Dias	Ausência	52,7	Francisco Turra	60,0
	legenda de partido	0,8		
	legenda de coligação	1,2		
	número de partido	45,4		40,0
Flávio Arns	Ausência	4,4	Olívio Dutra	50,0
	legenda de partido	2,2		38,2
	legenda de coligação	0,6		
	número de partido	92,8		11,8
Roberto Requião	Ausência	78,4	Germano Rigotto	39,1
	legenda de partido	3,7		0,8
	número de partido	17,9		60,2
Rubens Bueno	Ausência	61,8	Yeda Crusius	47,7
	legenda de partido	1,1		0,5
	legenda de coligação	2,8		12,6
	número de partido	34,3		39,2

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

A quase ausência do apelo predominantemente ideológico pôde ser verificado na tabela 23. A Ideologia teve seu conteúdo quantificado, mas conferiu pouca base para posicionar as candidaturas ideologicamente em termos gerais. Nossa proposta de uma base ideológica de algumas candidaturas segue mais um padrão histórico dos candidatos e partidos. Os números no Paraná e no Rio Grande do Sul são similares e pouco dizem sobre o posicionamento ideológico do PMDB na campanha.

TABELA 23 – QUALIFICAÇÃO DO APELO IDEOLÓGICO COMPARATIVO NAS ELEIÇÕES GAÚCHAS E PARANAENSES DE 2006

Candidato PR		Porcentagem	Candidato RS	Porcentagem
Osmar Dias	Ausência	98,5	Francisco Turra	97,8
	Esquerda	0,4		2,2
	Centro	0,4		
	Direita	0,8		
Flávio Arns	Ausência	95,0	Olívio Dutra	95,6
	Esquerda	4,4		4,4
	Centro	0,6		
Roberto Requião	Ausência	98,4	Germano Rigotto	98,5
	Esquerda	1,6		1,5
Rubens Bueno	Ausência	95,5	Yeda Crusius	97,7
	Esquerda	2,8		0,5
	Centro	1,1		1,8
	Direita	0,6		

FONTE: O autor (2010)

NOTA: Margem de erro PR 3,45%

Margem de erro RS 4,06%

Os dados sobre a categoria fidelidade partidária não foram expostos aqui por não haver menção a fidelidade partidária, excetuando-se a ocorrência de seis vezes no Rio Grande do Sul pela candidatura do PT e uma vez pela candidatura de Germano Rigotto.

A referida ausência do debate ideológico trouxe a necessidade de incorporar uma revisão qualitativa do discurso. Boa parte do posicionamento e da disputa entre os partidos foi traduzida em termos de posicionamento ideológico. Ao contrário da retórica partidária, cuja ausência se cogitava como uma possibilidade desde o início do trabalho, contávamos com um posicionamento ideológico, mais ou menos acentuado, e que fosse suficiente para posicionar as candidaturas e os partido. Se previa de antemão que os argumentos de natureza ideológica se apresentariam de forma secundária em relação ao conteúdo mais avaliativo e propositivo. Porém as ideologias não se manifestam nessa campanha de acordo com padrões tradicionais (igualdade/livre iniciativa, mercado/estado, participação/centralização, autoridade/legitimidade).

No entanto no decorrer da análise vislumbramos um debate entre esquerda e direita, mas que apresentava limites difíceis de delinear. Finalmente entendemos que o posicionamento no espectro ideológico (esquerda- direita) é uma realidade, mas que ela se desvincula de algumas palavras-chave e que se apresenta descolada das tradicionais utopias. Entretanto esse ainda é um facilitador

comunicativo entre os partidos e o eleitor. É um atalho cognitivo ao eleitor comum; que poupa os custos de se informar ao cidadão e fornece o necessário padrão diferenciador que exige a disputa democrática. As ideologias, bem como a disputa retórica das eleições são ficcionais e mutáveis. No entanto não funcionam simplesmente como simulacros, pois sua discussão se dá em disputas retóricas, nas quais mentiras ou manipulações grosseiras são desconstruídas na interação.

De modo a indicar que as ideologias estavam presentes, mesmo em meio ao debate pragmático, destacamos de modo qualitativo alguns trechos do discurso, que deliberadamente escolhemos por não terem apelo categorizado como ideológico. A intenção dessa breve passagem da análise é mostrar que o debate entre esquerda e direita é presente, de forma mais sutil, mas que veicula visões de mundo e escolhas dos grupos políticos e indivíduos.

4.3 Descrição de casos

Programa: PMDB Paraná, candidatura Roberto Requião

Veiculação: 18/08/2006

Duração: 1'27''

Localização: Estradas paranaenses e canteiros de obra.

Descrição: O candidato se posiciona inicialmente no trevo inicial da primeira estrada descrita. Na sequência as imagens são rodadas com Requião pilotando um jipe verde antigo da marca Willis e fazendo seu pronunciamento de diferentes planos. Essa imagem é alternada com a de populares e a veiculação da filmagem dos canteiros das obras.

Roberto Requião: “Nos próximos quarenta e cinco dias iniciamos uma jornada na qual mostraremos a você um Paraná novo, um Paraná que nós construímos nos últimos anos. E para nós é muito importante que a jornada comece aqui na estrada que liga Rio Branco a Serro Azul. No Vale da Ribeira, uma das regiões mais pobres do nosso Paraná. Essa nossa estrada de Serro Azul faz parte dos cinco mil quilômetros de estradas construídas e reconstruídas. Esse caminho era intransitável, essa nova estrada já inaugura um novo momento de crescimento e desenvolvimento.”

Popular: “A gente tá muito contente com o Requião porque ele conseguiu dar esse presente para nós. Que nós esperava há vinte anos.”

Roberto Requião: “Em uma das regiões reprimidas do estado do Paraná está a estrada do Cerne. A mais velha ligação entre o Norte e o Sul do Estado, há décadas abandonada. Antigamente por aqui, só de jipe como vocês estão vendo. Mas hoje graças a uma parceria entre o nosso exército brasileiro e o governo do Paraná a estrada está sendo asfaltada.”

Popular: “A estrada boa é outra coisa.”

Roberto Requião: “É um esforço brutal, não é recuperação é reconstrução de estradas abandonadas, eles queriam pedagiado tudo. E não emprestamos um tostão, nós não endividamos o estado. Foi com a boa administração e os recursos dos impostos dos paranaenses que nós chegamos ao fim desse trabalho.”

Programa: PMDB Paraná, candidatura Roberto Requião

Veiculação: 08/09/2006

Duração: 1'50”

Locação: Vôo de helicóptero sobre usinas hidrelétricas (cena 1). Fazenda orgânica do governo do Paraná (cena 2). Porto de Paranaguá (cena 3)

Descrição: (cena 1) Roberto Requião sobrevoa a Usina do Fundão e a imagem de seu pronunciamento muda constantemente para as imagens aéreas de outras usinas da Copel. (cena 2) O candidato aparece em dois planos de uma galopada e depois de um corte é mostrado sobre o mesmo cavalo, do qual emite discurso. (cena 3) Requião aparece tendo ao fundo o Porto de Paranaguá e as imagens da baía de Paranaguá, revezadas com imagens do porto em funcionamento.

Roberto Requião, cena 1: “Só o que nós conseguimos com a Copel, trazendo esse complexo Elejor para a propriedade do povo. Ganhando a parada com a El passo na Termoelétrica. Salvando a Copel que é hoje considerada a melhor empresa da América, a terceira maior empresa do mundo, justificam um governo. Isso é trabalhar segundo um planejamento estratégico, para a valorização e o desenvolvimento do Estado. Para a geração de emprego, para as gerações futuras.”

Roberto Requião, cena 2: “Esta é a fazenda orgânica do governo do Paraná. Um projeto ecológico. Rapazes e moças de todo o estado vem para cá e fazem um estágio, aprendem a cultivar produtos sem agrotóxicos, sem adubos químicos. Produtos que tem uma valorização muito grande no mercado e são excepcionais

para a saúde de nossa gente. Eles voltam para as suas propriedades, aplicam o que conheceram e depois de alguns meses voltam a fazenda para uma reciclagem. E nós estamos admitindo também os pais desses jovens, para que não haja conflitos nas propriedades. Os pais também precisam aprender as vantagens da agricultura orgânica.”

Roberto Requião, cena 3: “Nossa jornada prossegue e chegamos a Paranaguá, que na linguagem dos índios quer dizer água grande e redonda, uma referência que eles faziam a nossa baía. E aqui temos o segundo maior porto do Brasil, e o primeiro porto de importação de grãos do Brasil e talvez do mundo. O produto interno de muitos países da América Latina, sequer se aproxima da receita cambial do Porto de Paranaguá, que neste ano de 2006 deve chegar a dez bilhões de dólares.”

Programa: PMDB Paraná, candidatura Roberto Requião

Veiculação: 22/09/2006

Duração: 2’01”

Cenário: Imagens de uma horta. Agricultores familiares em meio a propriedades. Cenas de agroindústrias de pequeno porte.

Descrição: Vinheta com introdução do programa veiculada junto a imagens da produção rural. O candidato é colocado a frente de um cenário no qual se veicula imagens de pequenas propriedades em atividade. Segue-se uma sequência de populares em propriedades rurais de pequeno porte. A próxima sequência mostra o vice-governador como o mesmo cenário ao fundo revezado com imagens de uma produção de gêneros alimentícios em pequenas fábricas rurais.

Vinheta: “Começa agora o programa do candidato que não agride porque tem realizações e propostas a mostrar.”

Roberto Requião: “No nosso governo o agronegócio teve o apoio do BRDF. Os grandes proprietários e as cooperativas foram apoiadas pelo nosso banco regional. Mas nós tínhamos que cuidar dos pequenos por isso criamos o fundo de aval. Hoje quando um pequeno produtor, arrendatário, meeiro, parceiro, vai ao banco pedir um financiamento e o gerente pede garantia real. Ele responde que quem me garante é o governo do Estado do Paraná.”

Agricultor 1: “Se fosse pra emprestar o dinheiro do banco não ia ter jeito não, no banco o juros é alto.”

Roberto Requião: “E o fundo de aval no próximo governo vai cobrir cerca de 200 milhões de reais de garantia.”

Agricultor 2: “Pra nós agricultores familiares acho que foi o melhor governador do Paraná, porque ele criou o Fundo de Aval.”

Altair Ganz, gerente geral da Emater: “O Fundo de Aval veio para permitir que o pequeno produtor voltasse a sonhar”.

Agricultora 3: “É um sonho realizado. A gente conseguir melhorar, comprar mais animais, começar o plantio da uva, ter o telefone que faz tanta falta nos dias de hoje.”

Agricultor 1: Aos poucos a gente vai crescendo, a gente começou bem pequenininho com um arado e um cavalo só e a gente tá crescendo.”

Orlando Pessuti, vice-governador: “Ao transferir as contas do estado para o Banco do Brasil, o governo Requião assegurou mais um bilhão e trezentos milhões para modernizarmos, para diversificarmos a agricultura e a pecuária no Paraná. Esse dinheiro será investido em favor dos mais de 320 mil pequenos agricultores do nosso estado. O Paraná que já é o maior produtor de Cereais vai com isso se transformar, com certeza, no maior produtor de alimentos que vai a mesa dos brasileiros todos os dias.”

Programa: PMDB Rio Grande do Sul, candidatura Germano Rigotto

Veiculação: 23/08/2006

Duração: 2'54”

Cenário: Imagens sobrepostas de produção industrial e animações. Plano fechado do candidato em estúdio.

Descrição: O narrador segue anunciando medidas de estímulo a economia em meio a imagens rapidamente trocadas, de produção em diferentes setores (siderurgia, construção civil, setor alimentício). Na sequência aparece uma animação com um mapa do estado do RS, no qual as empresas multinacionais se estalam cobrindo todo o território. O último segmento apresenta pronunciamento do candidato em estúdio.

Locutor em off: “Mais empregos para a vida melhorar. Rigotto está apoiando as empresas gauchas. Reduziu o ICMS de 17% para 12% nos setores de tecidos e calçados. Também reduziu o ICMS de 17% para 12% nos setores de móveis, plásticos e vinhos. E ainda zerou o ICMS do pão e do tijiolo. Para apoiar os

pequenos Rigotto criou a melhor legislação do Brasil para as pequenas empresas. Reduziu os impostos e a burocracia beneficiando 300 mil pequenas e microempresas.”

Popular: “Agora tá bom e nos futuro estará melhor.”

Locutor em off: “Através de 150 redes de cooperação Rigotto está fortalecendo 360 mil empresas. Associadas em rede elas reduzem custos e criam empregos.”

Pequeno empresário: “Estou trabalhando com um número maior de funcionários porque a demanda tem crescido com o nosso trabalho.”

Locutor em off: “Com Rigotto o Rio Grande foi o estado que mais atraiu investimentos. Trezentas empresas estão se instalando em todas as regiões e garantindo 150 mil novos empregos para os gaúchos.”

Popular: “O que precisa a família, precisa de emprego, serviço. É o que eu tenho.”

Locutor em off: “ São empresas como: Nestlé, Embaré, CCGL, Aracruz, Stora Enso, Votorantim, Toyota, John Deere, Pirelli , Figro Glass, Schincariol, Parque Eólico, Queiroz Galvão e muitas outras que estão chegando. Nosso estado entrou para o mapa de investimento de empresas do mundo todo. Com Rigotto vamos garantir a permanência dessas empresas e continuar atraindo novos investimentos para gerar ainda mais empregos em todo o Rio Grande.”

Germano Rigotto: “Como acabamos de ver a vinda de todas essas empresas e os empregos que elas estão trazendo para as diversas regiões significam uma vida melhor para milhares de famílias gaúchas. Com mais empregos aumenta a renda, aumenta os empregos e circulam mais recursos na economia. Cresce o movimento das pequenas empresas. Estamos enfrentado as desigualdades sociais regionais. É só ver o que está acontecendo na nossa metade sul e no noroeste do estado. Regiões que não estavam crescendo como deveriam e que agora, não com discursos, mas com ações concretas, estão reencontrando o caminho do desenvolvimento. Com teu apoio, este é o trabalho que quero continuar realizando.”

Programa: PMDB Rio Grande do Sul, candidatura Germano Rigotto

Veiculação: 01/09/2006

Duração: 2’54”

Locação: Imagens do candidato no parque de exposições Assis Brasil, em Esteio, durante a ExpolInter. Animações e cenas de produção do Agronegócio.

Descrição: Germano Rigotto está em meio a Expolnter e sua imagem e seu discurso é revesado por animações que ilustram os números de suas políticas públicas e também por imagens da produção industrial e do campo ligadas ao Agronegócio.

Germano Rigotto: “Nós estamos aqui no parque Assis Brasil, em Esteio, na Expointer. Olha, essa Expointer é um orgulho do Rio Grande. Ela também demonstra a retomada do nosso Agronegócio. Nós sofremos duas estiagens: A de 2004 e a absurda estiagem de 2005.”

Locutor em off: “Rigotto fez muito pelo pequeno agricultor. Ampliou o RS Rural que destina verba para melhorias no campo. E investiu 138 milhões de reais no troca-troca de sementes. Para estimular a produção Rigotto reduziu o ICMS em setores importantes da agricultura e da pecuária do Rio Grande. E aumentou o crédito através do Banrisul e da Caixa RS.”

Produtor Rural: “O governo lançou umas linhas de crédito boas. E conseguimos melhorar os empréstimos, financiamentos . Então estamos conseguindo tocar a vida pra frente.”

Locutor em off: “Rigotto está conseguindo estimular a chegada de novos segmentos e mais investimentos para o Estado. Como é o caso do biodiesel.”

Germano Rigotto: “O bom programa do governo federal com relação a bioenergia, nós estamos aproveitando e fazendo parcerias, dando incentivos para que usinas de biodiesel sejam construídas no Rio Grande do Sul.”

Locutor em off: “Com o reflorestamento nosso estado descobre uma nova vocação produtiva.”

Germano Rigotto: “A Stora Enso, a Votorantin e a Aracruz estão fazendo grandes investimentos em reflorestamento que significam emprego, renda para milhares de pessoas. Esses investimentos são muito fortes e importantes para o futuro do Rio Grande.”

Locutor em off: “Nossa industria do leite caminha para a liderança nacional.”

Germano Rigotto: “Aí está chegando a Nestlé, a Embaré, a nova unidade da CCGL, a ampliação de outras empresas. Só as três primeiras vão necessitar de 4 milhões de litros de leite/dia. Quantos milhares de agricultores e suas famílias vão ganhar com isso.”

Programa: PMDB Rio Grande do Sul, candidatura Germano Rigotto

Veiculação: 04/09/2006

Duração: 1'34''

Cenário/Locação: Quarto de bebê reproduzido em estúdio. Escolas em dia de aula. Cerimônias com o governador. Manchetes de jornal.

Descrição: Série de dados distribuídos em cartazes em um quarto infantil. A continuidade são imagens intercaladas de manchetes com números de governo e imagens de salas de aula e programas. Ao final pronunciamento da vice-governadora.

Locutor em off: “Menor mortalidade infantil do Brasil. 90.000 participantes no escola aberta. Melhor ensino público do País. 98% dos municípios já tem ensino médio. 57.000 crianças no primeiro Infância Melhor. Isso é cuidar do futuro do Rio Grande. Educar para o futuro.

Âncora: Rigotto trabalhou muito pela educação dos gaúchos. Ajudando o Rio Grande a ser reconhecido pela Unesco como o melhor ensino público do país. Rigotto levou o ensino médio para mais 120 cidades o interior, alcançando agora 98% dos municípios. Nomeou 10 mil professores e 8 mil servidores para as escolas. Ampliou o ensino profissionalizante. Agora temos mais 8135 vagas e 45 novos cursos. E construiu reformou ou ampliou 2657 escolas beneficiando 548 mil alunos.

Sônia Santos, vice-governadora: “Educação é tudo na vida. Ela nos torna pessoas melhores, nos faz cidadãos conscientes, nos capacita a enfrentar os desafios da vida e do mercado de trabalho.”

Devemos destacar que embora os trechos destacados tenham sido descritos em uma data eles foram retransmitidos repetidamente, em remontagens e novas edições, com outras ou a mesma combinação.

Os processos pelos quais os partidos buscam influenciar os leitores devem ser vistos como atos de persuasão. Esse efeito do discurso argumentativo de natureza política - modificar as representações do interlocutor - é visado e por vezes compartilhado por quem recebe a mensagem. Não cabe falar em manipulação do interlocutor, mas em compartilhamento de uma visão de mundo, de uma representação sobre os fatos. Tornar evidente determinada perspectiva, ocultar outro ponto de vista, trazer à baila novidades e arranjar essa argumentação de modo a torná-la mais apropriada as intenções são alguns dos expedientes da argumentação. Esse efeito da argumentação política, a persuasão, por vezes não é

referido diretamente, mas sempre fica subentendido entre os argumentos de defesa e de ataque, ou mesmo entre uma breve contextualização da sociedade; no entanto essa formulação não comporta necessariamente intenções manipuladoras, mesmo porque no campo da retórica sempre existe um contraditor que dificulta tais movimentos. De acordo com Charaudeau e Maingueneau:

A retórica argumentativa se interessa fundamentalmente pelo discurso proferido num debate declarado e contraditório, estruturado pela intenção de persuadir, isto é, de comunicar, explicar, legitimar e fazer compartilhar o ponto de vista que ali se exprime e as palavras que o dizem; ou então, ao contrário, de eliminar os discursos concorrentes, para reinar soberano em seu domínio. A persuasão (perlocutória) resulta totalmente ou em parte da realização do conjunto dessas intenções. (Charaudeau e Maingueneau, 2008, p.376).

Uma das questões de fundo quanto a escolha do conceito é sua dimensão pública; toda retórica é um debate público, dotado de um ou mais pontos de vista que têm interesses em disputa. A disputa se dá em razão do convencimento de um auditório que exprime dúvidas (Charaudeau e Maingueneau, 2008). Esses interlocutores, por sua vez sempre estão em uma situação de *insuficiência de informação disponível* – em razão da falta de tempo e informação ou da natureza da questão em debate. Nos casos em que a necessidade é de operar redistribuição da informação e de tirar conclusões lógicas desse esclarecimento, compartilhadas por todos nessa fase final, não existe argumentação retórica. A argumentação retórica também opera de modo a clarificar o tema e calcular as decisões, porém além dessas operações ela faz intervir diferentes pontos de vista acerca da questão em debate que muitas vezes são inconciliáveis. Sempre haverá ao final de uma argumentação retórica, mais de um ponto de vista, ou seja, o interlocutor sempre deve operar uma escolha que em última análise é uma aposta.

A análise do discurso do PMDB nas eleições estaduais de 2006 recorre ao arcabouço conceitual de Charadeu, em razão da abordagem proposta pelo autor. São quatro as preocupações centrais nessa abordagem: A articulação entre plano situacional e plano lingüístico (1), a preocupação em fazer dialogar as instâncias macro e microsociais dialogarem (2), o compromisso com a dimensão da interação social (3) e uma visão ampla da intencionalidade dos sujeitos sociais (4). Esses quatro compromissos teórico fazem antever um possível diálogo entre a perspectiva adotada até então e a necessária análise qualitativa do discurso.

Como mencionamos acima o exame qualitativo do discurso se fez necessário para abordar a dimensão ideológica da disputa retórica. Tal posição no espectro ideológico dos partidos e candidatos não pode ser alcançada por meio da proposta metodológica inicial, uma vez que o discurso pragmático (tanto da dimensão retrospectiva de avaliação quanto do âmbito prospectivo) impunha um novo ritmo ao debate ideológico. Não mais vemos um debate ideológico em torno das utopias e visões de mundo; esse debate se apresentou em meio as temáticas diversas e se traduziu por posições, propostas e opiniões que se filiavam a um determinado modo de fazer político. Recuperamos nesse ponto as reflexões de Bobbio que situa o debate entre esquerda e direita como diferentes programas de ação, situados no plano das idéias, mas também dos interesses e valores que orientam o rumo das sociedades. Como afirma Singer, em uma profícua releitura do debate para o Brasil, o valor político da igualdade permeia tanto o discurso da esquerda quanto o discurso da direita, porém o modo de agir nesse sentido difere nos dois casos. Político a esquerda seriam mais abertos a participação popular, e investiriam mais em uma economia intervencionista e garantidora de direitos sociais. Nessa antiga bandeira os candidato situados mais a direita do espectro investiriam em um Estado garantidor da ordem social de modo que os agentes de desenvolvimento econômico privado tivessem uma segurança e liberdade maior. Estado esse menos intervencionista e de maior abertura econômica.

É importante destaca também que as posições históricas dos partidos e candidatos foi tomada em consideração, assim como o aspecto relacional dessa tradicional disputa ideológica em cada um dos Estados.

Dito isso é interessante notar como a perspectiva de Charadeu traduz essa necessidade e nos ajuda a enfocar os dados. O autor propõe uma operacionalização dos conceitos por meio da noção de “contrato de comunicação”. No ato de linguagem como concebido pelo autor devem ser levadas em consideração na análise o plano situacional (identidade dos participantes, os objetivos, o assunto de que tratam e em quais circunstâncias materiais) e o plano discursivo (as maneiras de dizer aliadas as estratégias discursivas). A principal prerrogativa para o estabelecimento do contrato é o sujeito da comunicação ter reconhecido seu direito de fala. Isso se dá quando os candidatos se apresentam como portadores de identidade política, quando o tema de seu discurso e sua motivação para enunciá-lo se mostra importante e legítima. Nessa trilha o direito a fala se dá quando os

postulantes tem seu saber reconhecido (1) – saber esse associado ao domínio de significados e representação consensuais e difundidas na comunidade de interesse – seu poder legitimado (2) – em função da posição no status quo que possuem e que o autorizam a proferir determinado discurso – e o saber fazer igualmente válido (3) – há no candidato capacidade para empreender seu projeto político.

Observados essas condições do contrato de comunicação é importante também articular os âmbitos micro e macros sociais: O contrato atua no âmbito da disputa eleitoral do HGPE, portanto o candidato tem que se colocar em seu lugar e discursar como postulante ao cargo. É relevante nesse ponto verificar que as posições sociais e institucionais, por vezes autorizam ou não determinado candidato a proferir esse ou aquele discurso nesse ou naquele tom. Certamente cabe aqui uma importante ressalva que pode explicar como o discurso da situação e especialmente o discurso de reeleição tem um lugar privilegiado nesse microcosmos. Sujeitos que tem o cargo de governador em disputa estão por isso limitados a específicas posições no jogo retórico, sua defesa do governo conta também como permissão para proferir sua fala de um lugar privilegiado, mas que não pode fugir ao balanço do governo.

Todo o contrato comunicacional se dá também em meio a interações sociais que não são predeterminadas. Esse modelo dinâmico de análise articula as estratégias em diálogo, as identidades e intenções dos candidatos e reformula constantemente o contrato no ato de linguagem. Novamente revela-se a preocupação do autor em articular o plano discursivo e o situacional. Pesam além das estruturas do contrato as condições sociais de sua realização (identidades, projetos de fala e circunstâncias materiais do intercâmbio).

Podemos enfocar três grandes temas do discurso ideológico de Roberto Requião ao longo da campanha: (a) As empresas e infra-estrutura estatais, (b) a agroecologia e a agricultura familiar e o (c) cuidado aos pobres. Nesses temas o candidato paranaense desenvolve um discurso combativo e desenvolvimentista, que se mostra aliado a várias tendências de esquerda. Vemos como a identidade ideológica do candidato paranaense transparece ao longo de sua retórica: O combate a pobreza por meio de novas ligações rodoviárias; o combate a indústria do pedágio e sua correspondente no poder que provoca o sucateamento da infraestrutura; novamente o combate ao oportunismo das empresas privadas que tomam o patrimônio do povo; o cuidado com as novas gerações de agricultores familiares

que aprendem e buscam na agricultura orgânica uma valiosa alternativa; a defesa do porto de Paranaguá como patrimônio e instrumento de desenvolvimento do povo paranaense; o retorno a perspectiva do Estado que protege e oferece alternativas ao pequeno agricultor; reiteração do sócio desenvolvimentismo expresso nas falas anteriores e também aplicado a produção rural.

É interessante também observar como Roberto Requião se mostra ao longo dessas cenas: Um candidato que dirige um jipe, anda a cavalo e sobrevoa obras e usinas hidrelétricas. Essa cena de movimentos tem cortes rápidos e se assemelham a linguagem de documentários ou reportagens. Essa visão certamente está ligada ao que se quer veicular como um homem fora do comum, talvez de teor populista, mas sem dúvida ativo e radicalmente posicionado. O lugar em que se coloca Requião faz uso de todos os recursos tecnológicos e materiais a sua disposição, porém de forma hábil ele se desvincula da estrutura material de governo que lhe colocaria como candidato em confortável situação de representante. Ao se colocar em um jipe e não em carro oficial com todos os confortos e regalias próprias do cargo ele vende a imagem de alguém disposto a tudo pelo Paraná, não afeito ao comodismo. Um homem do povo, que também anda a cavalo e embarcações de pequeno porte, isso também deixa transparecer despojamento, arrojo e virilidade. Outro recurso é se colocar para além do estúdio, em movimento, transparece a imagem de um administrador interessado no processo do gabinete ao canteiro de obras. Uma espécie de fiscal do povo ciente de seus deveres e pronto ao dever, um conhecedor do Estado e de suas necessidades. Os recursos de externas foram habilmente usados na campanha.

Sua maneira de se colocar também diz muito acerca das intenções de seu atual e próximo governos. O governo é sempre mencionado como algo nosso, seu, de seus correligionários e dos paranaenses. Seu combate é pelo povo, pela maioria. Entretanto não há tamanho espaço para seu partido e a campanha traz (até em função da imagem veiculada do candidato, um alto teor personalista e por vezes populista). Outra coisa a se destacar é o apoio popular pretendido nos mais diversos e abundantes depoimentos de populares (agricultores, caminhoneiros, e moradores). Seu vocábulo faz referências constantes ao povo, aos que mais necessitam, ao patrimônio das futuras gerações, ao cuidado com a natureza, as regiões reprimidas do estado.

Vemos, portanto que Requião tem uma defesa clara e objetiva de seu governo. Sua campanha não titubeia em focar as obras e os objetivos do candidato: Atender ao povo. Como afirmamos esse quase radicalismo a esquerda do espectro ideológico só é possível uma vez que o PDT de Osmar Dias não se filia a tradicional opção ideológica nacional do partido e o PT de Flávio Arns deixa esse espaço vago. Nessa estratégia há pouco ou nenhum espaço para a dimensão do partido e por vezes a um rompimento com a orientação nacional do mesmo. Sua campanha é sim personalista e vendedora de uma imagem de um candidato surpreendente, um homem além dos demais e filiado ao povo. O balanço pragmático do governo não deixa espaço a outros projetos de desconstrução de seu mandato, tanto que os principais argumentos contra sua reeleição são em torno de sua personalidade. Mesmo quando há disputas em temas como a saúde, a candidatura esgota e esvazia o tema até imperar o princípio de dispersão.

No caso de Germano Rigotto e do PMDB rio grandense a ênfase dos temas mais ligados a defesa de uma visão ideológica de centro e direita incluem: (a) O empreendedorismo e o agronegócio, (b) os incentivos fiscais e a criação de empregos, (c) e uma postura pragmática quanto a serviços sociais como a Educação. Dentro desse conjunto temático o candidato do PMDB rio grandense afirma-se como um político moderno. A visão e a imagem que Rigotto busca passar aos eleitores é uma habilidade de gerar consenso, de trabalho e persistência e de segurança. A campanha de Rigotto de uma estratégia que se aproxima do espectro ideológico de direita: As tradições e valores de família gaúcha, associados ao regionalismo e desenvolvimento; o estímulo a produção industrial em todo o território do Estado; os novos empregos que geram prosperidade e qualidade de vida conseguidos com hábeis incentivos fiscais e negociações; o estímulo aos arranjos produtivos das empresas em territórios de históricas vocações econômicas; as necessidades da família são primordialmente o emprego, o serviço; as ações concretas e não os discursos que fazem crescer a economia e que devem continuar; o estímulo ao agronegócio que é o orgulho do estado; o pragmatismo em acompanhar as boas iniciativas do governo federal; o recurso constante as logomarcas das empresas que se instalaram no RS durante o governo; os excelentes números e dados sobre a educação no estado; o trabalho do estado que recria a riqueza e gera mais trabalho. A identidade da campanha é de centro direita e alguns valores como a qualidade de vida, a iniciativa privada, o trabalho duro

repercutem em seu discurso. A busca do projeto certamente é por um segmento amplo da sociedade do RS que seria capaz de levar o candidato ao segundo turno, caso esse eleitorado não fosse dividido e disputado com o PSDB. A migração desse discurso naquela paragem era pouco provável, uma vez que as clivagens de classe são tradicionais no Rio Grande do Sul. A defesa do governo se dá principalmente no campo econômico e do trabalho. Note-se como Roberto Requião dá ênfase às empresas estatais e à recuperação que o estado do Paraná obteve da retomada desse patrimônio. Isso é diametralmente oposto ao discurso de Rigotto que enfatiza as concessões fiscais e a chegada de empresas multinacionais trabalhando exaustivamente as logomarcas de grandes empresas.

Nesse ponto salta aos olhos também que o candidato gaúcho usa recursos de animação gráfica de modo acentuado. Suas externas são reduzidas e os planos frontais de discurso em estúdios também são muito explorados. Seu tom de defesa do governo é calmo e algumas vezes realista (reconhecendo as dificuldades trazidas pelo mau tempo à agricultura por exemplo). O uso dessa linha de argumento mais tranqüila e não tão personalista como a de Requião é reforçado pelos narradores e âncoras amplamente usados.

Sua opção por falar mais das empresas estimuladas em todo o Rio Grande do Sul certamente ocupa espaço equânime ao empregado na defesa do próprio governo, por mais que os argumentos caminhem juntos.

Sua estratégia, assim como no PR, não inclui de modo significativo o partido. Seus interlocutores são os trabalhadores e os que anseiam por qualidade de vida, ele não usa tanto o ideal de povo. Sua opção é pelo pequeno agricultor beneficiado pela grande empresa, o trabalhador do campo, o funcionário das multinacionais, enfim os que ganharam ou tem a ganhar com o estímulo a um modelo liberal de desenvolvimento.

Sua maneira de comunicar mais aliada a uma visão de governante e gestor modernas, assim como sua projeção dos estímulos do estado a grandes empresas e ao agronegócio é uma marca de seu discurso.

Seu partido se isola mais em relação ao PMDB nacional que participa do governo Lula. Note-se como Rigotto faz questão de frisar que no ramo de Agronegócio do Biodiesel, nesse ponto, o governo federal tem um bom programa, que seu pragmatismo não deixa de se associar.

É interessante também ver a perspectiva quase oposta de Rigotto e Requião no que se refere ao campo e a ênfase que dão aos seus melhores programas de governo e políticas públicas. Rigotto fala da nova fronteira agrícola do leite, de reflorestamento para exploração econômica enquanto seu programa de crédito para o pequeno agricultor tem relevo secundário. Requião faz a ênfase oposta entre suas iniciativas privilegiando o novo fundo de crédito ao agricultor familiar, a parceria com o Banco do Brasil e a agroecologia.

Uma das coisas que ambos abordam também, ainda que de passagem é a pobreza e as desigualdades sociais. Requião tem uma postura de privilegiar argumentos que colocam o Estado e mais ainda o Governo como agente de iniciativas de transformação dessa realidade. O PMDB do RS coloca de modo mais acentuado o papel do Estado em setores reduzidos de atuação e no que se manifesta em relação a pobreza é fomentando mais empregos e serviços na área social.

Essa comparação deixa transparecer com clareza dois candidatos do mesmo partido que não se detém nessa instância política. São de orientação ideológica bem distinta, e no mesmo espaço poderiam certamente se encontrar em campos antagônico. Sua identidade revela opções e filiações dispares. Eles estão próximos geograficamente, unidos por laços partidários, mas com projetos de falas ideologicamente opostos e principalmente fazem uso de estratégias retóricas altamente distintas.

A análise aponta alguns fatos que contrariam a hipótese de um discurso mais partidário nessas campanhas. Além dessa passagem ao largo do partido os candidatos trabalham a partir de posições ideológicas díspares entre si. Essa constatação aponta uma campanha altamente personalista, que segue tendência de alinhamento regional e de desvinculação de um projeto eleitoral comum ao PMDB nacional e ao PMDB do sul do Brasil. Mesmo no que se refere as alianças (descartada a hipótese de uma coligação nacional em meio a um partido desmembrado) nacionais, o partido não segue uma linha de atuação. No caso de eleições executivas esse fato realmente é reforçado, porém essa lógica invade as mais diversas instâncias eleitorais. O partido é uma confederação de interesses diferentes, que não alcança uma posição eleitoral unificada tampouco consenso

interno. Por sua vez, ressalvado o caso do PT gaúcho, não há também entre a oposição iniciativas de trabalhar o partido durante as eleições.

A campanha de Requião é organizada em torno desse personalismo e Germano Rigotto também faz uso dessa lógica, porém de modo menos destacado. De teor populista Requião se apresenta como um defensor do povo e do patrimônio público. Rigotto por outro lado se apresenta como um governador que conquistou postos de trabalho e desenvolvimento para seu estado, fazendo uso recorrente de logomarcas das empresas. Os candidatos têm posições ideológicas completamente distintas, porém adotam uma estratégia discursiva semelhante, a de posição pragmaticamente orientada. Essa é talvez o fato mais interessante a destacar; as estratégias de campanha formuladas por ambos os candidatos do PMDB, diferem significativamente em conteúdo, porém se estruturam de modo semelhante. Essa constatação já havia sido feita por Oliveira (2005) no que se referia as eleições municipais de 2000, para as prefeituras de Salvador e Belo Horizonte, porém tratava de candidatos a reeleição de partidos distintos. Em nosso caso são postulantes à reeleição da mesma legenda.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: Fisionomia de um partido

Temos dois panoramas do PMDB em processos análogos de reeleição no Rio Grande do Sul e no Paraná. Esses dados foram sobre uma campanha vitoriosa e outra não. Ambas extremamente concorridas e que tiveram os candidatos a reeleição para governador como seus principais postulantes. Detemo-nos no primeiro turno justamente para fornecer um panorama comparável entre os dois estados.

Algumas das perguntas iniciais da pesquisa foram em torno do partido e de sua participação: Qual a posição do partido político na estratégia retórica de campanha? Há uma retórica comum entre candidatos a cargos análogos, ambos disputando a reeleição e oriundos dos mesmos partidos? Houve, nessa eleição, iniciativas de construção e fortalecimento da respectiva legenda? De que modo se sustenta a dimensão nacional do partido em relação a sua dinâmica regional? Obtivemos resultados que indicam claramente que o partido é pouco explorado na retórica das referidas campanhas. Com isso não queremos referendar posições teóricas que afirmam que o partido político é uma instituição em colapso no sistema democrático. A vida política se estrutura em torno dos partidos e isso é um dado institucionalizado, portanto o que figura como dúvida após arranjarmos a retórica de campanha é a razão pela qual não há entre as disputas pela persuasão do eleitor, uma maior acuidade em tratar as legendas. Os grupos e partidos políticos estão ausentes nos conteúdos das argumentações embora todo o sistema eleitoral esteja orientado pela sua existência. Os próprios programas são concedidos ao partido, o tempo é distribuído de acordo com o tamanho do partido no legislativo. Não se verifica a iniciativa de fortalecer a sigla ou o grupo entre a opinião pública.

Percebemos também que houve uma centralidade esperada em torno do debate entre situação e oposição. Esse foi o dado mais presente na retórica de campanha. Nos pleitos em que a reeleição está em jogo essa gramática se amplifica e isso talvez tome um espaço que deixa pouco tempo a outras formas de organizar o discurso de persuasão. O PMDB se viu de diferentes maneiras nos dois estados. No Paraná a candidatura de Roberto Requião conseguiu fortalecer sobremaneira a avaliação da situação em seu favor, especialmente quando conseguiu trazer para seu lado algumas das perspectivas do Partido dos Trabalhadores em nível nacional.

Ficou mais forte quando estabeleceu vínculo entre a situação no governo federal e no estado. Embora o discurso rotuladamente ideológico esteja ausente dos apelos primordiais, o discurso pragmático incorporou boa parte dessa lógica; a propaganda das iniciativas de transporte colocavam em evidência as críticas que concederam estradas as concessionárias de pedágio no governo anterior, com a propaganda do luz fraterna da Copel, da tarifa social da Sanepar vinham a tona essa questão da não privatização dessas empresas somada aos próprios programas de assistência social. Programas que tinham como tema a agricultura articulavam argumentos de subsídio a agricultores à programas de assistência social, como a propagando do Leite das crianças e dos Tratores. O interlocutor do discurso de Requião foi o “povo do Paraná”. Enfim, com uma análise do conteúdo do discurso podemos verificar que a posição ideológica ocupada pela situação no Paraná se colocou mais a esquerda. Com isso a campanha cobriu dois fronts importantes, ela se posicionou de forma oposta as iniciativas de campanha do PDT e ao mesmo tempo ocupou duplamente o lugar de situação (que era também duplamente bem avaliada), no governo federal e no estado do Paraná.

No Rio Grande do Sul a campanha do PMDB se colocou de modo diverso. Naquele momento é preciso afirmar que o governo Rigotto não era tão bem avaliado quanto o governo do Paraná, portanto a situação não se traduzia automaticamente em ganhos eleitorais. No entanto, se faz necessário defender o governo nas avaliações e persuadir o eleitor de que aquela foi uma boa gestão. Esse foi o posicionamento da campanha de Rigotto, inclusive tendo o problema de que não havia uma chapa completa a defender. O PMDB não contava com um palanque completo pois não havia candidato ao governo federal. A candidatura do Rio Grande do Sul, era de situação mas também enfrentava dois adversários fortes, inclusive porque um deles ostentava um discurso que por vezes era de situação em associação a uma estratégia de campanha de opositor. Durante toda a campanha o PT de Olívio Dutra usou esse duplo expediente, ele era uma oposição mais a esquerda do que o PMDB de Germano Rigotto, embora tivesse experiências bem sucedidas no governo do Estado e no ministério das cidades do atual governo federal. Essa tarefa de se projetar como uma extensão do governo Lula no Rio Grande era o tempo todo veiculada com a iniciativa de crítica ao governo do PMDB no estado. Essa foi inclusive a tática usada para tentar conter o crescimento e incorporar os descontentes com a situação que aderiam gradativamente a

campanha de Yeda Crusius. A candidata gaúcha muito incisivamente declarava que a atuação de seu partido junto ao governo estadual era uma posição secundária e que secretários de seu grupo político não tinham pastas importantes, diga-se também que essa defesa não mencionava o PSDB como um partido da base aliada de Rigotto.

Desse modo a candidata se posicionou durante toda a campanha e embora seu programa tenha se colocado numa posição de centro-direita, ela buscou um distanciamento considerável do PMDB e de sua candidatura. Inicialmente ela contava com o apoio da candidatura de Geraldo Alckmin, o candidato de oposição mais forte ao governo Lula e que inclusive obteve vitória no sul do país. Essa oposição em nível Federal e a composição do PMDB durante todo o governo de Lula como base aliada, fatalmente deixou Germano Rigotto deslocado entre dois partidos opositores definidos. O PMDB não se posicionou nacionalmente, inclusive porque alguns de seus correligionários esperavam ter candidatura própria a presidência – o senador Pedro Simon, uma das figuras forte do PMDB gaúcho e nacional cogitou fortemente os nomes de Requião e principalmente o de Rigotto – e isso deixou o PMDB gaúcho sem definições nesse importante âmbito das eleições. Ele se posicionou contrário ao PT, seu adversário histórico no estado, porém ele tampouco teve sucesso em se colocar ao lado do PSDB de Alckmin uma vez que a candidatura de Yeda Crusius não lhe deixou esse espaço. Essa posição em que não há determinação entre dois candidatos bem definidos ao governo federal no estado enfraqueceu a posição do partido, que já era uma situação avaliada medianamente. Teve o PMDB sua posição deslocada em dois setores fundamentais da retórica de campanha: parcialmente ele foi desarticulado da situação pelo PT de Olívio Dutra e Lula; por outro lado ele foi deslocado de sua posição ideológica tradicional pelo PSDB de Yeda e Alckmin.

Essa gramática em que a situação faz uma defesa de seu governo e uma projeção de continuidade é uma necessidade das atuais campanhas. Necessária porque os meios de comunicação de massa imprimem o imperativo de mostrar uma narrativa coerente em meio a um HGPE que tem uma função importante de proporcionar argumentos ao grande público que votará, mas principalmente ao formador de opinião. Se assim for a Gramática da oposição não se apresenta como consequência ou “resposta” a outra estratégia do candidato a reeleição. A estrutura do argumento da oposição é o outro lado da moeda, a metade ou parcela da disputa

argumentativa. O ritmo e os temas do debate não são um dado a priori, são sim uma disputa de espaço virtual no debate midiático de campanha. Essa disputa pelo domínio das narrativas ficcionais (que tem fundamento na realidade política) não exclui expedientes irracionais. Porém, mesmo a ideologia como categoria de posicionamento político partidário está difundida em meio a argumentos temáticos específicos. Nessas campanhas vê-se como a Ideologia não figura como fator simbólico; por esse viés ela quase desaparece do HGPE. Os programas não colocam, ênfase em torno de cores, filiações, opções religiosas, bandeiras históricas, fórmulas teóricas ou nomes de pensadores. Todo debate ideológico se dá em torno de temas contemporâneos (privatizações ou propriedades estatais, liberdade de mercado ou regulação, estímulos fiscais ou políticas sociais, sustentabilidade e agroecologia ou agronegócios) sempre tendo como mote a avaliação dos mandatos e as projeções.

Os fatos apresentados nos permitem apontar algumas tendências observadas. Os candidatos não se apresentam como partidos, especialmente no caso do PMDB em ambos os estados.

O posicionamento ideológico só pode ser verificado a partir de uma imersão nos temas. Essa sofisticação permite passar uma posição ideológica sim, porém sem os inconvenientes de uma filiação histórica criticável. Ao mesmo tempo ainda resta uma mensagem aos líderes de opinião e militantes. O HGPE possibilita um ajuste fino desse conteúdo e tom das mensagens.

Vencer o HGPE como debate permite dominar a disputa pela persuasão através de uma interpretação do passado e do presente. É apenas quando há um impasse nesse ponto que a projeção do futuro tem mais peso. As promessas de campanha já não são mais o mote do debate.

Os partidos, alianças e grupos de interesse não estão mais a frente do discurso até porque essa é uma estrutura argumentativa que não comportaria uma narrativa tão linear quanto a de posição/oposição. Essa complexidade dificilmente caberia no HGPE (do contrário a assimilação da mensagem seria prejudicada) e a predominância de outra linha de argumentação é indício da importância desse meio de comunicação de massa como instrumento da campanha eleitoral no Brasil. A campanha eleitoral se desenrola conforme o ritmo e estrutura narrativa desse meio de comunicação. A linguagem, o debate e a estrutura do argumento político é para outros momentos, para outros espaços específicos e para os donos do processo.

Nesse contexto quando o PMDB ostenta discursos de conteúdo ideologicamente distinto em dois estados tão próximos (parecidos em vários sentidos), isso é um aspecto relegado a naturalização. Houve na eleição de 2006 um claro descompasso entre as posições do PMDB, tanto no que se refere ao posicionamento ideológico quanto ao raio pragmático de alianças e do discurso. Isso comprova a caracterização de um partido de líderes personalistas, sem conteúdo ideológico, de posições e interesses predominantemente locais.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. *Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão*. Niterói: Universidade Federal Fluminense, Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação, 1999.

_____, Afonso de. Propaganda política e eleitoral. In: ALBINO, Antônio e RUBIM, Canelas (orgs.). *Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens*. Salvador: Edufba, 2004.

_____, Afonso de. Política Partidária e Política Midiática: Substituição ou Coexistência? Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Comunicação e Política", do Encontro da Compôs.[online] <http://www.compos.org.br/2005>.

ALBUQUERQUE, Afonso de; DIAS, Márcia Ribeiro. Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil. Considerações preliminares. Encontro Anual da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Ciências Sociais (ANPOCS), 26º. Caxambu: Anpocs, 2002.

BOBBIO, N. *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política*. São Paulo: Unesp, 1995.

BRAGA, Maria do Socorro Sousa. O processo partidário eleitoral brasileiro: padrões de competição política (1982-2002). São Paulo: Editora Humanitas, FAPESP, 2006.

CARREIRÃO, Yan de Souza. A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras. Florianópolis: Ed. Da UFSC; Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2002.

CARVALHO JÚNIOR, Moacir Ribeiro de [A votação do MDB do Paraná: Uma análise histórica \(1966 e 1978\)](#). In: CODATO, Adriano Nervo; SANTOS, Fernando José dos (orgs.). *Partidos e eleições no Paraná: uma abordagem histórica*. Curitiba - PR: Tribunal Regional Eleitoral do Paraná (TRE-PR), 2006.

CERVI, Enerson Urizzi e CODATO, Adriano Nervo. Institucionalização partidária: Uma discussão empírica a partir do caso do PFL no Paraná. In: CODATO, Adriano Nervo; SANTOS, Fernando José dos (orgs.). *Partidos e eleições no Paraná: uma abordagem histórica*. Curitiba - PR: Tribunal Regional Eleitoral do Paraná (TRE-PR), 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*. Trad. Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2008 [2005].

CHARAUDEAU, Patrick; Maingueneau, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. Tradução Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2008 [2004]

FIGUEIREDO, Marcus. A decisão do voto: Democracia e racionalidade. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Rio de Janeiro: Iuperj, 2008.

FIGUEIREDO, M.; ALDE, A.; DIAS, H. e JORGE, V. Estratégias de Persuasão nas Eleições Majoritárias: Uma proposta metodológica para o estudo da propaganda política. In: FIGUEIREDO, R. (Org.) *Marketing Político e Persuasão Eleitoral*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

FIORINA, Morris. Retrospective voting in American National Elections. New Haven: Yale University Press, 1981.

FLEISCHER, David V. A Evolução do bipartidarismo brasileiro, 1966-1979. *Revista Brasileira de estudos políticos*, v.51, p.155-85, 1980.

FLEISCHER, David V. Os partidos políticos. In: AVELAR, L. e CINTRA, A. O. Sistema político brasileiro: uma introdução. Rio de Janeiro: Konrad-Adnauer-Stiftung; São Paulo: Editora Unesp, 2007.

KINZO, Maria D'Alva Gil. Oposição e autoritarismo gênese e trajetória do PMDB: 1969-1979. São Paulo: Vértice, Editora Revista dos Tribunais, 1988.

KINZO, Maria D'Alva Gil. Radiografia do quadro partidário brasileiro. São Paulo, Fundação Konrad Adenauer, 1993.

LIMA JUNIOR, Olavo Brasil de. O Sistema Partidário Brasileiro. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1997.

MIGUEL, Luis Felipe. Apresentação: Dossiê Mídia e Política. *Revista de Sociologia e Política*, nº22, Curitiba: 2004, pp.7-12.

_____, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. *Revista Lua Nova*, nº55-56, São Paulo: 2002, pp.155-184.

_____, Luis Felipe. Um Ponto Cego nas Teorias da Democracia: Os meios de Comunicação. *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica*, nº49, Rio de Janeiro: 2000, pp.51-77.

NICOLAU, Jairo Marconi. Multipartidarismo e Democracia: um estudo sobre o sistema partidário brasileiro. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1996.

OLIVEIRA, L. A. *As estratégias retóricas na construção dos mundos de natureza ficcional da política*: um estudo comparativo das campanhas de Belo Horizonte e Salvador na eleição municipal de 2000. Tese de doutorado, Rio de Janeiro, IUPERJ, 2005.

REIS, Fábio Wanderley. Mercado e Utopia: Teoria política e sociedade brasileira. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000

RIKER, Willian H.; CALVERTI, Randall L.; MUELLER, John. The Strategy of rhetoric: Campaign for the American Constitution. New Haven, London: Yale Univ. Press, 1996.

SARTORI, Giovanni. Partidos e Sistemas partidários. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar; Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1982.

SINGER, A. *Esquerda e Direita no Eleitorado Brasileiro*. São Paulo: Edusp, 2002.

TRINDADE, Hégio, NOLL, Maria Izabel. Rio Grande da América do Sul: Partidos e eleições (1823-1990). Porto Alegre: Editora UFRGS, 1991.

TSEBELIS, George. Jogos ocultos: Escolha racional no campo da política comparada. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

VEIGA, Luciana Fernandes. Os partidos brasileiros na perspectiva dos eleitores: mudanças e continuidades na identificação partidária e na avaliação das principais legendas após 2002. Revista OPINIÃO PÚBLICA, vol. 13, n.2 (nov.2007)

VEIGA, L.F., SOUZA, N. R. e CERVI, E. *As estratégias de retórica na disputa pela Prefeitura de São Paulo em 2004: PT, mandatário, versus PSDB, desafiante*. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 13, nº 1, Junho, 2007, p.51-74.

_____. Da expectativa de vitória à derrota: as estratégias de retórica do PT em Curitiba e Porto Alegre. In: XXIX Encontro da Anpocs, Caxambu, 2005.

XAUSA, Leonidas, FERRAZ, Francisco. O surgimento do bipartidarismo no RS nas eleições de 1966. In: FLEISCHER, David V. (org.). Os partidos políticos no Brasil, vol. 2. Brasília: Ed. UNB, 1981